

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 26.03.2026 20:52:14
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа»
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным
планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент
(наименование образовательной программы)

очная
(форма обучения)

2025

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 8 от «25» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.09 «Организация работы коммуникационных агентств и редакций» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта.	ПК-6.1.	Владеет основными положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современными техническими средствами и технологиями для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента, основами экспертного анализа и методами оценки рисков, основами бюджетирования и	ПК-6.1. 3-1. Знает основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд
					ПК-6.1. 3-2. Знает трудовое законодательство Российской Федерации, современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов
					ПК-6.1. У-1. Умеет применять передовой отечественный и зарубежный опыт, методы и

				<p>медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм</p>	<p>инструменты эффективного менеджмента</p> <p>ПК-6.1. У-2. Умеет осуществлять экспертный анализ и оценку рисков, бюджетирование и вести процессы медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа</p> <p>ПК-6.1. У-3. Умеет применять в профессиональной деятельности принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм</p>
				<p>ПК-6.2. Выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и</p>	<p>ПК-6.2. З-1. Знает функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, творческой оценке</p> <p>ПК-6.2. У-1.</p>

				<p>возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений.</p>	<p>Умеет оптимизировать расходы создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта</p>
					<p>ПК-6.2. У-2. Умеет рассчитывать финансовые средства, необходимые для создания нового продукта, а также выявлять необходимость привлечения дополнительного финансирования (инвестиций)</p>
					<p>ПК-6.2. У-3. Умеет обосновывать целесообразность создания продукта, его идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность, а также подготавливать финансовые предложения для инвесторов/спонсоров</p>

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 4 зачетных единицы; 144 академических часов.

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 58 акад. часа и на самостоятельную работу обучающихся – 59 акад. часа.

Учебная дисциплина Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» (7 семестр) относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникация».

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Учебная дисциплина Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» (7 семестр) входит в вариативную часть дисциплин направления подготовки. При изучении данной дисциплины обучающимся необходимо опираться на знания и умения, полученные в ходе предшествующего знакомства с курсами философии, истории, социологии.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Продюсирование медиапроектов», «Технологии создания он-лайн-медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szuu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Объект, предмет, цели и задачи курса	12	3		3							6	УО		
Тема 2	Медиабизнес в России и за рубежом: основные	12	3		3							6	УО, Д		

	тренды развития.													
Тема 3	Моделирование СМИ	12	3			3							6	УО
Тема 4	Менеджмент в медиабизнесе	12	3			3							6	УО
Тема 5	Оценка эффективности медиапродукта.	14	3			4							7	УО, Д, Пр
Тема 6	Эффективный медиапроект	14	3			4							7	УО, Д
Тема 7	Медиапредприятия в условиях конвергенции и мультимедийности	13	2			4							7	УО, Д, Пр
Тема 8	Методы и методики бизнес-моделирования	13	2			4							7	УО, Д

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса (ПК-6.1.)

Объект, предмет, цели, задачи, структура, проблематика, система преподавания курса. Место и роль курса в формировании профессиональной культуры специалистов отрасли массмедиа России.

Тема 2. Медиабизнес в России и за рубежом: основные тренды развития (ПК-6.1.).

Трансформация экономики развитых стран в условиях современного прогресса информационных и коммуникационных технологий. Глобализация информационной и коммуникационной индустрии как важнейший фактор современного развития.

Конвергенция технологий, индустрий и СМИ.

Создание транснациональных корпораций, действующих в перекрещивающихся индустриях СМИ и телекоммуникационного сектора экономики. Развитие технологий как стимул появления новых рынков. Изменение микроэкономики средств массовой информации под воздействием технологического прогресса. Концентрация как доминирующая тенденция развития СМИ. Типы концентрации, их воздействие на медиаэкономику. Концентрация в условиях растущей конвергенции рынков и систем СМИ.

Тема 3. Моделирование СМИ (ПК-6.1.)

Понятие моделирования. Основные методики, нотации бизнес-моделирования. Моделирование как метод познания, как инструмент. Особенности проектов масс-медиа и особенности их моделирования. Этапы моделирования проекта. Рабочая среда, ее значение для проекта. Понятие ключевой бизнес-концепции масс-медиа. Первичный бизнес-план проекта, его значение для создания проекта и последующего управления им. Программы тактического и стратегического бизнес-моделирования. Программы ERP, возможность их использования в проектах масс-медиа.

Тема 4. Менеджмент в медиабизнесе (ПК-6.2.)

Общие положения и понятия теории управления. Процесс принятия решений; средства управления.

Управление предприятиями индустрии СМИ в странах с рыночной экономикой. Анализ информационного, интеллектуального и рекламного рынков: схемы анализа рыночной структуры, целей компании, сущности спроса. Планирование деятельности компаний СМИ: стратегическое, промежуточное, краткосрочное. Процесс внедрения новых технологий в управленческую деятельность в медиакомпаниях. Влияние политической макросреды на медиаменеджмент. Принципы и виды экономической политики государства в отдельных индустриях СМИ. Основные различия

экономической политики государства в странах с развитой рыночной экономикой (США, Канаде, Западной Европе, Японии, Австралии).

Тема 5. Оценка эффективности медиапродукта (ПК-6.2).

«5Р» маркетинг-микса. Формула аудитории. Место медиапродукта на рынке массмедиа России. Поиск ниши и позиционирования. Распространение и продвижение медиапродукта. Основные факторы PEST-анализа и специфика проведения. SWOT-анализ как метод стратегического планирования.

Тема 6. Эффективный медиапроект (ПК-6.2.)

Подробный анализ действующих медиапроектов - по одному проекту на каждый вид СМИ: ТВ-программа, телеканал, радио, газета, журнал, интернет-проект, мобильное приложение и т.п.

Анализ каждого медиапроекта проводится по следующим компонентам: цель медиапроекта, исследование рыночного поля, целевая аудитория, этапы (результаты) воплощения, анализ рисков и пути их преодоления, бюджет, проектная команда, ограничения проекта

Тема 7. Медиапредприятия в условиях конвергенции и мультимедийности (ПК-6.2.)

Журналистика и конвергенция. Современные цифровые медиаплатформы. Мультимедийный контент в современных СМИ. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете. Контент СМИ для мобильных устройств. Работа журналиста в социальных сетях. Профессиональная и гражданская журналистика

Тема 8. Методы и методики бизнес-моделирования (ПК-6.2.).

Основные понятия и термины бизнес-моделирования. Основные методы и методики бизнес-моделирования. Базовая бизнес-концепция СМИ и основные стратегии ее воплощения. Соотношение экономических и неэкономических факторов при создании СМИ. Применение бизнес-моделирования на российском и региональном медиарынках. Проблемы бизнес-моделирования СМИ.

Тема 9. Индустрия региональных СМИ в условиях современной экономики (ПК-6.2.).

Главные тенденции развития современной индустрии СМИ. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе. Основные инструменты получения доходов и методы ведения бизнеса в региональных СМИ.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.11 «Бизнес-моделирование в медиа» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, дискуссия, проектное задание

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Объект, предмет, цели, задачи, структура, проблематика, система преподавания курса.

Вопрос 2. Место и роль курса в формировании профессиональной культуры специалистов отрасли массмедиа России.

Тема 2. Медиабизнес в России и за рубежом: основные тренды развития

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Трансформация экономики развитых стран в условиях современного прогресса информационных и коммуникационных технологий.

Вопрос 2. Глобализация информационной и коммуникационной индустрии как важнейший фактор современного развития.

Вопрос 3. Конвергенция технологий, индустрий и СМИ.

Вопрос 4. Создание транснациональных корпораций, действующих в перекрещивающихся индустриях СМИ и телекоммуникационного сектора экономики.

Вопрос 5. Развитие технологий как стимул появления новых рынков.

Вопрос 6. Изменение микроэкономики средств массовой информации под воздействием технологического прогресса. Концентрация как доминирующая тенденция развития СМИ.

Вопрос 7. Типы концентрации, их воздействие на медиаэкономику. Концентрация в условиях растущей конвергенции рынков и систем СМИ.

Дискуссия:

1. Экономика журналистики: основные понятия и проблемы.
2. Экономические системы и бизнес-среда, экономические модели и условия для рынка масс-медиа.
3. Формы собственности и хозяйственно-правовые формы предприятий.
4. Концентрация, монополии и диверсификация на рынке СМИ.
5. Слияние компаний и формы объединений.
6. Мировая «индустрия содержаний».
7. Понятия «рынок масс-медиа», «медиа-бизнес» и «специфический товар СМИ».
8. Редакция как предприятие (учреждение), хозяйственно-правовые формы предприятий, некоммерческие организации.

Тема 3. Моделирование СМИ

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Понятие моделирования.

Вопрос 2. Основные методики, нотации бизнес-моделирования.

Вопрос 3. Моделирование как метод познания, как инструмент.

Вопрос 4. Особенности проектов масс-медиа и особенности их моделирования.

Вопрос 5. Этапы моделирования проекта.

Вопрос 6. Рабочая среда, ее значение для проекта.

Вопрос 7. Понятие ключевой бизнес-концепции масс-медиа.

Вопрос 8. Первичный бизнес-план проекта, его значение для создания проекта и последующего управления им.

Вопрос 9. Программы тактического и стратегического бизнес-моделирования.

Вопрос 10. Программы ERP, возможность их использования в проектах масс-медиа.

Тема 4. Менеджмент в медиабизнесе.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Общие положения и понятия теории управления. Процесс принятия решений; средства управления.

Вопрос 2. Управление предприятиями индустрии СМИ в странах с рыночной экономикой.

Вопрос 3. Анализ информационного, интеллектуального и рекламного рынков: схемы анализа рыночной структуры, целей компании, сущности спроса.

Вопрос 4. Планирование деятельности компаний СМИ: стратегическое, промежуточное, краткосрочное.

Вопрос 5. Процесс внедрения новых технологий в управленческую деятельность в медиакомпаниях.

Вопрос 6. Влияние политической макросреды на медиаменеджмент.

Вопрос 7. Принципы и виды экономической политики государства в отдельных индустриях СМИ.

Вопрос 8. Основные различия экономической политики государства в странах с развитой рыночной экономикой (США, Канаде, Западной Европе, Японии, Австралии).

Тема 5. Оценка эффективности медиапродукта.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. «5Р» маркетинг-микса. Формула аудитории.

Вопрос 2. Место медиапродукта на рынке массмедиа России.

Вопрос 3. Поиск ниши и позиционирования. Распространение и продвижение медиапродукта.

Вопрос 4. Основные факторы PEST-анализа и специфика проведения.

Вопрос 5. SWOT-анализ как метод стратегического планирования.

Дискуссия:

1. Изучение потребительского спроса.
2. Конкуренция. Сегментирование (по продукту и по аудитории).
3. Стратегия маркетинга в редакции.
4. План продаж и подписная кампания.
5. Позиционирование. Торговая марка, товарный знак; брэнд и его продвижение.
6. Маркетинговые коммуникации как инструмент продвижения СМИ.
7. Специфика маркетинга на медиа-рынке.

Проектное задание:

Разработать концепцию проекта бизнес-плана. Представить бизнес модель тренинга: разработка концепции малого бизнеса в сфере медиа

Тема 6. Эффективный медиапроект

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Подробный анализ действующих медиапроектов - по одному проекту на каждый вид СМИ: ТВ-программа, телеканал, радио, газета, журнал, интернет-проект, мобильное приложение и т.п.

Вопрос 2. Анализ каждого медиапроекта проводится по следующим компонентам: цель медиапроекта, исследование рыночного поля, целевая аудитория, этапы (результаты) воплощения, анализ рисков и пути их преодоления, бюджет, проектная команда, ограничения проекта

Дискуссия:

1. Бизнес-модели в медиаиндустрии.
2. История организационных структур в СМИ и СМК.
3. Понятие медиакомпаний. Типология медиакомпаний.
4. Проблемы объективности региональных рейтингов.

Тема 7. Медиапредприятия в условиях конвергенции и мультимедийности

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Журналистика и конвергенция.

Вопрос 2. Современные цифровые медиаплатформы.

Вопрос 3. Мультимедийный контент в современных СМИ.

Вопрос 4. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете.

Вопрос 5. Контент СМИ для мобильных устройств. Работа журналиста в социальных сетях.

Вопрос 6. Профессиональная и гражданская журналистика

Дискуссия:

1. Научные основы и задачи управления, историческое развитие менеджмента.
2. Понятие «бизнес».
3. Управление через сотрудничество.
4. Кадровая стратегия редакции (найм, зарплата, вознаграждения, подготовка кадров).
5. Нормы корпоративной этики.
6. Логистика в СМИ.
7. Единый алгоритм работы редакции, инструменты логистики.

Проектное задание:

Сформировать обоснование и описание проекта бизнес-плана. Представить бизнес модель тренинга: как разработать бизнес-план?

Тема 8. Методы и методики бизнес-моделирования.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Основные понятия и термины бизнес-моделирования.

Вопрос 2. Основные методы и методики бизнес-моделирования.

Вопрос 3. Базовая бизнес-концепция СМИ и основные стратегии ее воплощения.

Вопрос 4. Соотношение экономических и неэкономических факторов при создании СМИ.

Вопрос 5. Применение бизнес-моделирования на российском и региональном медиарынках. Проблемы бизнес-моделирования СМИ.

Дискуссия:

1. Организация сбыта и распространения СМИ.
2. План выпуска продукции СМИ.
3. График производства.
4. Себестоимость. Структура затрат.
5. Операционная политика.
6. Анализ экономики редакции с помощью графика безубыточности.

Тема 9. Индустрия региональных СМИ в условиях современной экономики.

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Главные тенденции развития современной индустрии СМИ.

Вопрос 2. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе.

Вопрос 3. Основные инструменты получения доходов и методы ведения бизнеса в региональных СМИ.

Дискуссия:

1. Единый алгоритм работы редакции, инструменты логистики.
2. Логистические схемы в распространении.
3. Финансовый план и бюджет редакции.
4. Маркетинговый и рекламный бюджеты.
5. Источники капитала, управление ими, формирование и распределение прибыли.
6. Налогообложение, налоговые аспекты работы СМИ. Сводная смета и калькуляция

Проектное задание:

Сформировать обоснование и описание бизнес модель тренинга:
Формирование бизнес-модели с учетом региональной специфики.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2, Тема 3

Устный опрос:

1. Типы потребления продуктов СМИ.
2. Анализ различия медийных структур по признаку конкурентности: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, олигополия и монополия в СМИ.
3. Ключевые тенденции в медиабизнесе (глобализация и отчуждение собственности от управления).
4. Современные рыночные стратегии медиабизнеса.
5. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ.
6. Бизнес-план в системе редакционного планирования. Цели, предмет и виды бизнес-плана.
7. Структура бизнес-плана. Его значение в организации работы редакции и обеспечении ее экономической базы.

8. Бюджет СМИ, его структура.

КТ – 2.

Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8, Тема 9

Устный опрос:

1. Расходная часть бюджета.
2. Общередакционные расходы.
3. Фонд оплаты труда. Системы оплаты труда журналистов.
4. Издательские расходы.
5. Литературный гонорар.
6. Производственные расходы. Стоимость бумаги, типографских работ, распространения.
7. Налоги. Доходная часть бюджета. Выручка от реализации тиража.
8. Тиражная политика редакции. Оптимальный тираж издания. Структура тиража.
9. Доходы от публикации рекламы, ее значение для обеспечения существования СМИ.
10. Публикация частных объявлений.
11. Издательская деятельность редакции.
12. Бухгалтерия редакции, главный бухгалтер, их роль в контроле бюджета, его исполнении.
13. Бюджет и баланс – финансовые документы редакции.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания устного ответа:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех содержательных элементов вопроса с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>

<i>Оригинальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	100	

2.Критерии оценивания проектного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Актуальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание актуальности проекта с учетом специфики тематики проекта, востребованности в обществе, социальной и информационной значимости, раскрыта уникальность и практико-применимость</i>
<i>Обоснование</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное подробное обоснование проекта с точки зрения значимости планируемых результатов</i>
<i>Календарный график</i>	<i>0-20</i>	<i>Четкий, логичный график выполнения этапов проекта с обозначением конкретных дат и объемов выполняемых работ на каждом этапе; обозначение ответственных с ролями и функционалом</i>
<i>Обоснование результативности</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения представленных обоснований по каждому заявленному результату, логические связи между заявленными результатами, аргументы подтверждают выводы</i>
Итого максимально:	60	

3.Критерии оценивания дискуссии:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>2,5</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>2,5</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>

<i>Стилистика</i>	2,5	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения и оригинальность</i>	2,5	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы. Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	10	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамен.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к экзамену

1. Общие положения и понятия теории управления. Процесс принятия решений; средства управления.
2. Управление предприятиями индустрии СМИ в странах с рыночной экономикой.
3. Анализ информационного, интеллектуального и рекламного рынков: схемы анализа рыночной структуры, целей компании, сущности спроса.
4. Планирование деятельности компаний СМИ: стратегическое, промежуточное, краткосрочное.
5. Процесс внедрения новых технологий в управленческую деятельность в медиакомпаниях.
6. Влияние политической макросреды на медиаменеджмент.
7. Принципы и виды экономической политики государства в отдельных индустриях СМИ.
8. «5Р» маркетинг-микса.
9. Формула аудитории.

10. Место медиапродукта на рынке массмедиа России.
11. Поиск ниши и позиционирования.
12. Распространение и продвижение медиапродукта.
13. Основные факторы PEST-анализа и специфика проведения.
14. SWOT-анализ как метод стратегического планирования
15. Журналистика и конвергенция.
16. Современные цифровые медиаплатформы.
17. Мультимедийный контент в современных СМИ.
18. Новые медиа и традиционные СМИ в Интернете.
19. Контент СМИ для мобильных устройств.
20. Работа журналиста в социальных сетях.
21. Профессиональная и гражданская журналистика.
22. Виды бизнес-моделей в медиасфере.
23. Бизнес-планирование.

Тема 1- Тема 3. (ПК-6.1).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа Этап планирования, включающий оценку будущего состояния внешних и внутренних факторов, - это 1.Бюджетирование 2.Программирование 3.Определение миссии А. 4.Прогнозирование
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа Можно считать, что в организации внедрен процессный подход, если: А) описаны "сквозные" бизнес-процессы Б) бизнес-процессы регламентированы (на требуемом уровне детализации) и увязаны по входам и выходам А. В) описаны бизнес-процессы, требуемые iso 9001:2000
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите нормативный/законодательный акт и его значение	Выберите один правильный ответ: Бизнес-процесс – это: А) деятельность, преобразующая входы в выходы, представляющие ценность для клиента Б) Преобразование входов отдельных модулей бизнес-системы в выходы. В) Цепочка работ, последовательно выполняемых сотрудниками организации. Г) Совокупность функций различных взаимодействующих отделов, представленная в виде графической схемы
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и их характеристики	Выберите правильный вариант ответа: Владелец бизнес-процесса – это: А) Сотрудник, отвечающий за бизнес-процесс Б) Должностное лицо, которое имеет в своем распоряжении ресурсы, управляет ходом бизнес-процесса и несет ответственность за результаты и эффективность бизнес-процесса В) Коллегиальный орган управления процессом Г) Подразделение, в котором преимущественно

		выполняется процесс
--	--	---------------------

Тема 4 - Тема 9. (ПК-6.2.).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между термином и датой его официального введения	Установите соответствие типов клиентов и видов бизнес-процессов 1 внешний клиент 2 внутренний клиент 3 потенциальный клиент А) вспомогательный процесс Б) основной процесс В) инновационный процесс
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между утверждением и верным ответом	Установите соответствие между процессом и целью 1 контроль качества 2 управление качеством А) обнаружение дефектов Б) предупреждение дефектов
Открытое дополнение) (на	Дополните утверждение	Дополните утверждение Бизнес-процессы, добавляющие ценность продукту, называются ...
Открытое дополнение) (на	Дополните утверждение	Дополните утверждение Медиапроект — это временная структура, предназначенная для _____, выполнения работ и оказания услуг в медиасфере, а также для создания новых и реорганизации существующих медиаорганизаций.
Открытое развернутым ответом) (с	Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой исследование рыночного поля
Открытое развернутым ответом) (с	Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой выходы бизнес-процесса

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает</i>	30-39

<i>аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется.

7. Методические материалы по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Дискуссия является одной из форм самостоятельной работы студента. Студент может выбрать тему из предложенных преподавателем или в

соответствии с собственным интересом. Тема дискуссии должна соответствовать теме семинарского занятия.

При проведении дискуссии студент должен свободно излагать материал, уметь привести примеры, владеть терминологией, отвечать на вопросы по содержанию, полностью раскрыть заявленную тему. Время проведения дискуссии варьируется от 15 до 20 минут.

Проектное задание. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят доклад по одной из тем по истории русской семиотики (темы проектов в разделе 4.2). По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях № 3-4. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоя в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Баринов В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Баринов. — М.: Форум, 2023. — 144 с.
2. Купцова Е. В. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2022. — 436 с.
3. Лопарева А. М. Бизнес-планирование. — М.: Юрайт, 2022. — 274 с.

8.2. Дополнительная литература

1. Морошкин В.А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В.П. Буров. — М.: Инфра-М, 2018. — 176 с.
2. Немети Л. Стратегии выхода из бизнеса: планирование выхода, опционы, увеличение стоимости бизнеса, управление сделками для владельцев бизнеса / Л. Немети. — М.: Инфотропик Медиа, 2018. — 272 с.
3. Орлова Е.Р. Бизнес-план: Методика составления и анализ типовых ошибок / Е.Р. Орлова. — М.: Омега-Л, 2017. — 168 с.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

8.4 Интернет-ресурсы

<http://journalist-virt.ru> - сетевая версия журнала «Журналист».

<http://tv-digest.ru> - «ТВ-Дайджест»- российское сетевое издание о телевидении.

<http://www.kino-teatr.ru/> - «Кинотеатр.ру» - российский портал, посвященный театральной, кино- и медиакритике.

<https://tvkinoradio.ru/> - информационный портал для работников сферы кино, радио и телевидения.

<http://mediatoolbox.ru/> - ресурс, публикующий медиакритические материалы о сетевой журналистике.

<http://newreporter.org/> - «Новый репортер» - портал о новых медиа для профессионалов

<http://mediast.ancia.com/> - «Медиастанция» - ресурс о медиабизнесе для профессионалов.

<https://themediacenter/> - «Media and Journalism» - реферативный сборник зарубежного и российского опыта в медиаотрасли, созданный журналистом и медиаконсультантом Александром Амзиным.

<https://te-st.ru/> - «Теплица социальных технологий» - образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между журналистами и IT-специалистами.

<https://www.gazeta.ru/tech/online-smi/> - спецпроект Gazeta.ru «Новые медиа» о тенденциях в развитии сетевой журналистики.

<http://lgz.ru/tv/> - рубрика «Телеведение» в «Литературной газете».

<http://www.tv-digest.ru/> - «МедиаРевю» - первый российский сайт общественного медиамониторинга и медиакритики. 16. <http://www.sreda-mag.ru> «Среда» - российско-европейский журнал о медиа (электронная версия).

<http://www.tv-kritik.ru/forum/forumdisplay.php?f=18> - форум телезрителей «Телекритик.ру».

<http://mediakritika.by/> - тематический белорусский ресурс на русском языке, посвященный медиакритике.

<http://projectcensored.org/> - американский проект, посвященный медиакритике и медиграмотности.

<http://www.mediachannel.org/> - американский ресурс, посвященный профессиональной и массовой медиакритике.

<http://www.mrc.org> - «Центр медиаисследований» - американский ресурс, посвященный медиграмотности

<https://www.cjr.org> - Columbia Journalism Review - американский профессиональный журнал, выпускаемый Высшей школой журналистики Колумбийского университета

9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и

	компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.