

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

Кафедра журналистики и медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема»

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакommunikации»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор—составитель:

К.п.н., доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.О.21_«Медиарынок и медиасистема» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	
2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО.....	
3. Содержание и структура дисциплины.....	
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	
6. Методические материалы по освоению дисциплины.....	
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет.....	
7.1. Основная литература.....	
7.2. Дополнительная литература.....	
7.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация.....	
7.4. Интернет-ресурсы.....	
7.5. Иные источники.....	13
8. 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

1.1. Дисциплина Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ОПК-2	способен учитывать тенденции развития отечественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Способен применять знания системы общественных и государственных институтов, механизмов их функционирования и тенденции развития
		ОПК-2.2	Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код компонента освоения компетенции	Результаты обучения
	ОПК-2.1 ОПК-2.2	<p>На уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> • основные понятия и концепции экономики; • гражданское законодательство Российской Федерации; • организация системы сбыта и товародвижения, планирования оптовых и розничных продаж; • технологии сегментирования рынка, позиционирования продуктов и компаний, оценки конкурентоспособности продуктов конкурентов. • гражданское законодательство Российской Федерации; • основные способы сбора, обработки, анализа и наглядного представления информации. <p>На уровне умений и навыков:</p> <ul style="list-style-type: none"> • разрабатывать концептуальные и стратегические документы в области маркетинга; • осуществлять планирование мероприятий по продвижению продукции, планирование расходов на их проведение. • использовать современные информационно-коммуникационные технологии и специализированные программные продукты; • находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа; • вести деловые переговоры, устанавливать деловые отношения с партнерами (клиентами); • составлять договоры гражданско-правового характера, оформлять необходимую документацию по реализации договоров; <p>выявлять факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики целевой аудитории потребителей.</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема» относится к обязательным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов, семестр - 3.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад. часах/астр. часах)
Общая трудоемкость	108/81
Контактная работа с преподавателем	38/28,5
Лекции	16/12
Практические занятия	24/18
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	30/22,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, доклад, проектное задание
Консультация	2/1,5
Вид промежуточного контроля	экзамен

Место дисциплины.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Бизнес-моделирование в медиа», «Реклама и PR в современном медиапространстве».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szidu.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. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Современные медиасистемы мира	8	2		3		3	УО
Тема 2	Медиаэкономика и глобализация: проблемы и решения	8	2		3		3	УО
Тема 3	Аудиовизуальные СМИ	9	2		3		4	УО, Д*
Тема 4	Типология радио на примере зарубежного радиовещания	9	2		3		4	УО
Тема 5	Практика информационных агентств	9	2		3		4	УО
Тема 6	Этические вопросы в СМИ	9	2		3		4	УО, Д, Пр*
Тема 7	Изменения в структуре СМИ 21 века	9	2		3		4	УО, Д*
Тема 8	Современные технологии и бизнес-концепции медиасистем	9	2		3		4	УО, Д, Пр*
Контроль		36						
Промежуточная аттестация		2						экзамен
Всего (академ.час./астроном.час.):		108	16		24		30	

УО – устный опрос

Д – доклад,

Пр – проектное задание.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Современные медиасистемы мира.

Современные медиасистемы мира в условиях информационного общества. Генезис теорий медиасистем. Основные российские и зарубежные ресурсы информационного обеспечения в СМИ.

Тема 2. Медиаэкономика и глобализация: проблемы и решения

Теории информационного общества. Теории общества и СМИ. Сравнение медиасистем и экономик различных государств: России, Испании, США, Швейцарии, Великобритании, Франции, Китая, Индии.

Тема 3. Аудиовизуальные СМИ

Модели национального вещания. Примеры крупных телевизионных компаний мира. Экономика телевидения.

Тема 4. Типология радио на примере зарубежного радиовещания
Цифровое радиовещание. Местное радиовещание. Экономика радиовещания.

Тема 5. Практика информационных агентств
Структура информационного агентства. Формирование информационных агентств. Структура и особенности глобального информационного рынка; экономические принципы работы СМИ в разных странах. Примеры моделей известных информационных агентств мира.

Тема 6. Этические вопросы в СМИ
Этические кодексы журналистики. Проблемы свободы СМИ в России. Медиасистемы в обществах переходного периода. Основные методы и приемы преподавания журналистских дисциплин, современный отечественный и зарубежный методический опыт; основные категории медиаобразования.

Тема 7. Изменения в структуре СМИ 21 века
Актуальные вопросы информационного общества. Особенности функционирования СМИ в эпоху информационного общества. Главные, отличительные черты различных средств массовой информации (пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные медиа), типы и виды СМИ, их базовые типологические признаки: функции, аудитория, принципы формирования содержания (контента), методы работы журналиста в различных СМИ и т.п. Профессионализация деятельности и личности педагога профессионального обучения. Цели и пути повышения профессионализма.

Тема 8. Современные технологии и бизнес-концепции медиасистем
Основные формы собственности СМИ. Бизнес-концепции медиасистем. Социальная и экономическая медиасистемы – СМИ и медиапредприятие. Формирование медиарынка России. Виды стратегий медиасистемы. Глобальные трансформации СМИ.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.О.21 «Медиарынок и медиасистема» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, тренинг, доклад.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости

Типовые вопросы для устного опроса

1. Генезис теорий медиасистем.
2. Теории информационного общества.
3. Теории общества и СМИ.
4. Модели национального вещания.
5. Цифровое радиовещание.
6. Структура информационного агентства.
7. Формирование информационных агентств.
8. Этические кодексы журналистики.
9. Особенности функционирования СМИ в эпоху информационного общества.
10. Основные формы собственности СМИ.
11. Бизнес-концепции медиасистем.
12. Социальная и экономическая медиасистемы – СМИ и медиапредприятие.

Типовые вопросы для докладов

1. Структура медиа рынка.
2. Роль государства в сфере медиа рынка.
3. Медиа экономика и медиа рынок.
4. Рынок маркетинговых коммуникаций: сегменты ATL и BTL.
5. Рекламный рынок.
6. Медиа рекламный рынок как пересечение медиа рынка и рекламного рынка.
7. Взаимосвязь и взаимное влияние медиа рынка и рекламного рынка.
8. Медиа холдинги и рекламные холдинги.
9. Анализ функционирования медиа рекламного рынка в мире и в России.
10. Понятие и критерии эффективности.
11. Эффективность производства, закупки и продажи контента в медиа.
12. Специфика эффективности в различных медиа сегментах.

Типовые проектные задания

- Задание 1. Анализ медиарынка Санкт-Петербурга.
- Задание 2. Разработка и обоснование модели организации телевизионного бизнеса.
- Задание 3. Разработка и обоснование модели организации медиа бизнеса.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением следующих методов: устное собеседование по билетам.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

Таблица 5

Компонент компетенции	Показатель/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ОПК-2.1: Знает систему	Студент способен осуществить	Студент мотивированно и

общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций; выделяет специфику и особенности темы; анализировать ситуацию на рынке продукции любых СМИ	грамотно осуществляет самостоятельный поиск и выбор событий, явлений как материала для публикаций; выделяет специфику и особенности темы; анализировать ситуацию на рынке продукции любых СМИ
ОПК-2.2: Учитывает основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Студент способен представлять продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организовывать проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; вести мониторинг изменений на сайте организации, выявлять наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствовать процесс модерации	Студент самостоятельно представляет продвигаемую продукцию любых СМИ на публичных мероприятиях; организует проекты, направленные на повышение узнаваемости продукции любых СМИ, включая благотворительные мероприятия; ведет мониторинг изменений на сайте организации, выявляет наиболее значимые обновления; модерировать обсуждения на сайте, в форуме и социальных сетях и совершенствует процесс модерации.

Экзамен проходит в формате собеседования по вопросам билета. Теоретическая часть билета включает 2 вопроса.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

Перечень вопросов к экзамену

1. Объём понятия «современные медиасистемы».
2. Теории информационного общества.
3. Системы обмена и накопления информации.
4. Современная научная концепция массовой коммуникации.
5. Системы анализа современных информационно-общественных отношений.
6. Управление информацией и манипулятивные технологии.
7. Понятие конвергенции.
8. Структура глобальной системы СМИ.
9. Понятие новых медиа.
10. СМИ в рамках экономической конъюнктуры 21 века.
11. Системы печатных СМИ.
12. Радио в системе новых медиа.
13. ТВ в конкурентной борьбе за аудиторию.
14. Глобальные тенденции развития медиасистем
15. Коммерческое и некоммерческое вещание в современной медиасистеме.
16. Крупный медиабизнес в медиасистеме России и зарубежных стран.
17. Онлайн-медиа и динамика медиасистем в России и за рубежом.
18. Обратные связи в системе СМИ и медиапредприятий.
19. Критерии выбора СМИ с учетом специфики аудитории.
20. Выбор СМИ в зависимости от маркетинговой стратегии компании.

21. Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ.
22. Основные свойства медиасистемы.
23. Основные виды исследований на медиа рынке.
24. Ключевые направления исследований в медиа индустрии: изучение аудитории; изучение потребительского поведения; анализ рекламной деятельности субъектов рынка.
25. Анализ функционирования медиа рекламного рынка в мире и в России.
26. Понятие и критерии эффективности.
27. Эффективность производства, закупки и продажи контента в медиа.
28. Специфика эффективности в различных медиа сегментах.
29. Эффективность рекламной деятельности медиа

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	А
86-95	отлично	В
71-85	хорошо	С
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	Е

Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства	Показатели оценки	Критерии оценки
--------------------	-------------------	-----------------

<i>(формы текущего и промежуточного контроля)</i>		
Устный опрос (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Доклад	1) Соблюдение регламента (до 5 минут). 2) Свобода и степень самостоятельности изложения материала. 3) Характер подачи материала (использование презентации). 4) Полнота изложения материала. 5) ответы на вопросы (понимание материала).	По совокупности показателей выставляется до 4 баллов за доклад. Допускается не более четырех докладов в семестр (в сумме до 16 баллов по данной форме контроля).
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов
Тренинговое задание	1) Соблюдение регламента (до 10 минут). 2) Свобода и степень самостоятельности изложения материала. 3) Характер подачи материала. 4) Полнота изложения материала. 5) ответы на вопросы (понимание материала).	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов

6. Методические указания для обучающихся 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.

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 сбоев 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.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7.1. Основная литература

1. Нуралиев, С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 363 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5bd81853316653.78553045. - ISBN 978-5-16-014578-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897977>
2. Сергеев И.В. Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2019. – <https://biblioonline.ru/book/BB2A6183-7BD3-43CE-A375-03D7AA775278>

3. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. – М.: Юрайт, 2019. – <https://biblioonline.ru/book/B9731309-0FA0-4106-8042-62A3BF15D320>

7.2. Дополнительная литература

1. Кузнецова Г.В. Россия в системе международных экономических отношений. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblio-online.ru/book/A2946AED-6008-47B0-944D-763309A6B464>
2. Микроэкономика: Практический подход. Учебник для вузов / под ред. Грязновой А.Г., Юданова А.Ю. – 3-е, стереотип. – М.: "КноРус", 2014. – http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53478
3. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков. – М.: Юрайт, 2016. – ЧАСТЬ 1: <https://biblioonline.ru/book/16901DA3-05A7-4E0F-9696-046F63EBBF60> ЧАСТЬ 2: <https://biblioonline.ru/book/1716C06A-DC37-403D-BAEF-EC8B05E26FD2>

7.3. Нормативно правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

7.4. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

7.5 Иные источники

Не используются

8. 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).

Таблица 9

№ п/п	Наименование
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.