

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.О.01 «Бизнес-планирование коммерческой деятельности СМИ»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины**

Дисциплина Б1.О.01 «Организационное развитие и управление организационными изменениями» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	Способен разрабатывать стратегию действий
		УК-1.2	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода
ОПК - 4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК - 4.1	Способен анализировать в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты
		ОПК - 4.2	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты
ОПК - 7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК - 7.1	Способен оценивать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
		ОПК - 7.2	Способен прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа, 54 астроном. часа

### Структуры дисциплины

Тема 1	Теоретические основы бизнес-планирования
Тема 2	Виды планирования бизнес-процессов
Тема 3	Структура и содержание бизнес-плана
Тема 4	Риски бизнес-проекта
Тема 5	Основные модели планирования бизнес-процессов
Тема 6	Продвижение и реализация бизнес-планов

### Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам и практическим заданиям (кейсам). В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams

### Основная литература:

1. Бгашев, М.В. Бизнес-планирование. Учеб. пособие. – Саратов: Изд-во «Амирит», 2018. - 282 с.
2. Горосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.
3. Бердина М. Ю., Горосян Е. К. Бизнес-план и маркетинг-план: практикум: учебное пособие. – М.: Издательский дом Академии Естествознания, 2015. – 86 с.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.02 «Мотивация и оплата результатов деятельности»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины

Дисциплина Б1.О.02 «Мотивация и оплата результатов деятельности» обеспечивает овладение следующей компетенцией.

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Способен организовывать работу команды
		УК-3.2	Способен вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.2	Способен реализовать различные способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки

В результате освоения дисциплины Б2.О.02 «Мотивация и оплата результатов деятельности» у обучающихся должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профессио-нальные действия</i>	<i>Код этапа освое-ния компетен-ции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития орга-низации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретиче-ские положения оплаты труда
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять мотивационное воздействие и размер оплаты труда
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению размера заработной платы, премий, производительности труда

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов, 81 астроном. час.

### Структура дисциплины:

Тема 1	Мотивация и стимулирование персонала
Тема 2	Структура дохода и формы зарплаты
Тема 3	Системы заработной платы
Тема 4	Методы линейной финансовой мотивации
Тема 5	Командный (бригадный) механизм оплаты труда
Тема 6	Оплата по грейдам
Тема 7	Оплата по KPI
Тема 8	Методы формирования новой системы оплаты труда
Тема 9	Формы мотивации инновационных работников

### Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств):

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle

### Основная литература:

1. Конституция Российской Федерации с комментариями Конституционного суда РФ
2. Армстронг, Майкл. Практика управления человеческими ресурсами [Электронный ресурс] [учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования"] СПб.[и др.]:Питер 2015 Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=344103>
3. Боковня А.Е. Мотивация — основа управления человеческими ресурсами (теория и практика формирования мотивирующей организационной среды и создания единой системы мотивации компании). — М.: ИНФРА-М, 2011. — 144 с Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=24545>
4. Генкин Б.М. Управление человеческими ресурсами: учебник / Б.М. Генкин, И.А. Никитина. - М.: Норма, ИНФРА-М, 2013. - 464 с.

5. Как разработать эффективную систему оплаты труда [Электронный ресурс]: примеры из практики российских компаний/ Е. Ветлужских [и др.].— Электрон. текстовые данные.— М.: Альпина Паблишер, 2017.— 208 с.— Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2945/58555.html>.— ЭБС «IPRbooks»
6. Токарев Ю.А. Мотивация трудовой деятельности персонала: комплексный подход : монография / Ю.А. Токарева, Н.М. Глухенькая, А.Г. Токарев ; Урал. федер. ун-т им. Б.Н. Ельцина, Шадр. гос. пед. ун-т. – Шадринск : ШГПУ, 2021 – 216 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ**  
**Б1.О.03 «Организация и проведение деловых переговоров»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина Б1.О.03« Организация и проведение деловых переговоров» обеспечивает овладение следующими компетенциями.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК - 4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК - 4.1	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического взаимодействия
		УК - 4.2	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для профессионального взаимодействия
УК - 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК - 5.1	Способен анализировать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
		УК - 5.2	Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

В результате освоения дисциплины у магистрантов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	F/01.7 Определение	на уровне знаний: знать основные теоретические положения ценообразования

Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	направлений развития организации	<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

**Объем дисциплины.**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 академ. часа, 81 астроном. час

**Структура дисциплины:**

Тема 1	Вербальные и невербальные средства коммуникации.
Тема 2	Деловая коммуникация как социокультурный механизм.
Тема 3	Техники понимающего, директивного и манипулятивного общения.
Тема 4	Переговоры как форма деловой коммуникации, основные подходы к ведению переговоров.
Тема 5	Переговоры как разновидность деловой беседы.
Тема 6	Организация проведения переговоров

**Форма промежуточной аттестации:**

**Зачет** проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного опроса с использованием практических заданий.

**Основная литература:**

1. Митрошенков, О. А. Деловые переговоры : учебное пособие для вузов / О. А. Митрошенков. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 315 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07951-7.
2. Родыгина, Н. Ю. Организация и техника внешнеторговых переговоров : учебное пособие для вузов / Н. Ю. Родыгина, В. В. Емельянов, С. В. Молева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 174 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12239-8.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.О.04 Управление персоналом коммерческой фирмы**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.О.04 «Управление персоналом коммерческой фирмы» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Способен организовывать работу команды
		УК-3.2	Способен вырабатывать командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6.1	Способен определить приоритеты собственной деятельности

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические управления персоналом фирмы
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять тактику управления и стратегию развития персоналом
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению численности персонала, коэффициентов движения кадров

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 акад. часов, 135 астроном. час.

### Структура дисциплины:

Тема 1	Общее понятие управления персоналом
Тема 2	Человеческий капитал фирмы
Тема 3	Планирование кадрового состава
Тема 4	Маркетинг персонала и его набор
Тема 5	Конфликтная ситуация в коллективе
Тема 6	Управление конфликтной ситуацией
Тема 7	Повышение эффективности систем управления персоналом
Тема 8	Исследование трудовых процессов

### Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

### Основная литература:

1. Трудовой кодекс РФ
2. Армстронг, Майкл. Практика управления человеческими ресурсами [Электронный ресурс] [учебник для слушателей, обучающихся по программе "Мастер делового администрирования"] СПб.[и др.]:Питер 2018 Режим доступа: <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=344103>
3. Генкин Б.М. Управление человеческими ресурсами: учебник / Б.М. Генкин, И.А. Никитина. - М.: Норма, ИНФРА-М, 2013. - 464 с.
4. Гончарова Н.В. Управление человеческими ресурсами организации в условиях современного рынка труда : учебное пособие / Н. В. Гончарова, Л. В. Дайнеко, Е. В. Зайцева ; под общ. ред. Е. В. Зайцевой; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Уральский федеральный университет. – Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021 – 162 с.
5. Захарова, Т.И. Мотивационные концепции управления персоналом: учебник / Т.И. Захарова, Ю.В. Ляндау, Н.С. Мрочковский [и др.]. – Москва : Русайнс, 2022. – 161 с. – ISBN 978-5-4365-9879-6.
6. Управление человеческими ресурсами : учебник для вузов / И. А. Максимцев [и др.] ; под редакцией И. А. Максимцева, Н. А. Горелова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019 — 467 с.

### АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ»

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

#### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.О.05 «Основы бизнес-моделирования СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Наименование этапа освоения компетенции</i>
ОПК - 1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1	Способен отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
		ОПК - 1.2	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов

В результате освоения дисциплины у магистрантов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

#### **Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы 72 акад. часа, 54 астроном. часа

#### **Структура дисциплины:**

Тема 1	Основные понятия бизнеса и бизнес-моделей
Тема 2	Моделирование деятельности
Тема 3	Регулярный менеджмент предприятия СМИ
Тема 4	Бизнес- планирование деятельности субъекта СМИ
Тема 5	Технология моделирования и описания бизнес-процессов
Тема 6	Цифровые инструменты моделирования

#### **Форма промежуточной аттестации:**

**Зачет - проводится** в форме устного опроса с дополнительным выполнением практических заданий.

#### **Основная литература:**

1. Иваницкий Л.В. Основы бизнес-моделирования СМИ: учеб. пособие для академического бакалавриата, - 3-е издание, испр. и доп. - М.: Издательство Юрайт, 2020, - 239 с.
2. Олешко В.Ф. Моделирование в журналистике: теория, практика, опыт. - Екатеринбург: Издательство Уральского университета., 2000 - 194 с.
3. Моделирование бизнес-процессов / А.Н. Байдаков, О.С. Звягинцева, А.В. Назаренко и др.; – Ставрополь : Ставропольский государственный аграрный университет, 2017. – 179 с. - URL: <http://window.edu.ru/resource/212/61212/files/posob2.pdf>

### **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.06 «Проектный менеджмент»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная



### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.О.06 «Проектный менеджмент» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Способен осуществлять общее управление проектами
		УК-2.2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
ОПК - 3	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК - 3.1	Способен учитывать в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов многообразие достижений отечественной и мировой культуры
		ОПК - 3.2	Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК - 6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	ОПК - 6.1	Способен отбирать в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
		ОПК - 6.2	Способен внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профес-сиональ-ные дей-ствия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа, 108 астроном. часов.

### Структура дисциплины:

Тема 1	Проектный анализ
Тема 2	Российская и международная стандартизация и сертификация проектов

Тема 3	Инициация проекта
Тема 4	Планирование проекта
Тема 5	Сетевое и структурное планирование проекта
Тема 6	Управление стейкхолдерами и коммуникациями проекта
Тема 7	Управление ресурсами проекта
Тема 8	Финансовое моделирование проекта

### **Форма промежуточной аттестации:**

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): собеседование по вопросам

### **Основная литература:**

1. Зуб, А. Т. Управление проектами : учебник и практикум для вузов / А. Т. Зуб. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 397 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17500-4.

2. Управление проектами : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. И. Балашов, Е. М. Рогова, М. В. Тихонова, Е. А. Ткаченко ; под общей редакцией Е. М. Роговой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 383 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-03473-8.

3. Федотова, М. А. Проектное финансирование и анализ : учебное пособие для вузов / М. А. Федотова, И. А. Никонова, Н. А. Лысова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 144 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09860-0.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.07 «Правовое и документационное обеспечение деятельности СМИ»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### **Планируемые результаты освоения дисциплины:**

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1	Способен освещать в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах основные тенденции развития общественных и государственных институтов
		ОПК-2.2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-5		ОПК-5.1	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции

	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования		развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
		ОПК-5.2	Способен анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

#### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет **3** зачетные единицы, **108** акад. часов, 81 астроном. час.

#### Структура дисциплины:

Тема 1	Понятие и юридические свойства конституции РФ
Тема 2	Понятие, предмет, источники гражданского права
Тема 3	Предмет, принципы, источники трудового права
Тема 4	Основы гражданского и арбитражного судопроизводства
Тема 5	Основы правовой деятельности СМИ
Тема 6	Понятие о делопроизводстве.
Тема 7	Система информационно-справочной документации
Тема 8	Документооборот СМИ

#### Форма промежуточной аттестации:

**Зачет с оценкой** проводится с применением следующих методов (средств): проводится в форме собеседования по вопросам

#### Основная литература:

1. Правовые и этические нормы в журналистике / сост. Е. П. Прохоров. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 255 с.
2. Шарков, Феликс Изосимович. Правовые основы коммуникации: в рекламе, связях с общественностью, журналистике : учеб. пособие / Ф. И. Шарков, В. И. Захарова. - М. : Проспект, 2017. - 224 с.
3. Мисонжников, Борис Яковлевич. Журналистика : Введение в профессию : [учеб. пособие] : для бакалавров и специалистов / Б. Я. Мисонжников, А. Н. Тепляшина. - СПб.[и др.] : Питер, 2014. - 265 с. <http://ibooks.ru/reading.php?productid=339955>

4. Андреева, В.И. Делопроизводство: организация и ведение / В.И. Андреева. - М.: КноРус, 2018. - 234 с.
5. Андропова, И.Ю. Кадровое делопроизводство: Документация: Учебное пособие / И.Ю. Андропова. - М.: Academia, 2018. - 320 с.
6. Басаков, М.И. Документационное обеспечение управления (делопроизводство): учебник / М.И. Басаков. - Рн/Д: Феникс, 2019. - 83 с

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.О.08 Экономическое управление СМИ

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1	Способен анализировать в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на коммуникационные продукты
		ОПК-4.2	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира.
		ОПК-5.2	Способен анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем, исходя из политических и экономических механизмов

В результате освоения дисциплины Б1.О.08 «Экономическое управление СМИ» у обучающихся должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы

	развития организации	на уровне навыков: проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции
--	----------------------	--

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, **108** акад. часов, 81 астроном. час

### Структура дисциплины:

Тема 1	Медиа рынок: специфика, структура, типы собственности
Тема 2	Основы медиа-менеджмента
Тема 3	Правовые основы медиа-менеджмента
Тема 4	Экономические основы печатных СМИ
Тема 5	Экономические основы электронных СМИ
Тема 6	Экономические основы интернет-СМИ
Тема 7	Журнальная индустрия
Тема 8	Принципы работы конвергентной редакции.

### Форма промежуточной аттестации:

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам

При реализации промежуточной аттестации в ЭО/ДОТ могут быть использованы следующие формы:

1. Устно в ДОТ - в форме устного ответа на теоретические вопросы
2. Письменно в СДО с прокторингом - в форме письменного ответа на теоретические вопросы

### Основная литература:

1. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: учебное пособие для вузов. М.: Аспект Пресс, 2009.
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2003.
3. Ворошилов В.В. Менеджмент средств массовой информации. СПб., 2000.
4. Медиа. Введение: учебник/ под ред. А.А. Бригза, П. Кобли.- М., 2012.
5. Шенеленко, организация и планирование производства на предприятии: учебное пособие для вузов. Ростов на Дону, 2000.

## ***АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ*** **Б1.В.01. Управление конкурентоспособностью в медиасреде**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде»

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	Способен разрабатывать стратегию действий
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Способен осуществлять общее управление проектами
ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений
ПК-6	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	ПК-6.1	Способен учитывать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профес-сиональ-ные дей-ствия</i>	<i>Код эта-па ос-вое-ния ком-петен-ции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства (код В)– частично	В/01.7 Руководство производ-ственным от-делом	<i>на уровне знаний:</i> знать специфику SMM-продвижения проекта
		<i>на уровне умений:</i> анализировать сред-ства и эффективность SMM-технологий, разра-батывать план проведения и реализации реклам-ной кампании
		<i>на уровне навыков:</i> использовать основ-ные инструменты Интернет, применяемые для целей продвижения; организации и проведения маркетинговых исследований

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа., 108 астр. часа.

### Структура дисциплины:

Тема 1	Конкурентоспособность как объект управления
Тема 2	Конкурентные преимущества предприятия в медиасреде
Тема 3	Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде
Тема 4	Система и процесс управления конкурентоспособностью предприятия в медиасреде
Тема 5	Процесс бенчмаркинга
Тема 6	Управление конкурентами

Тема 7	S.W.O.T. и W.O.F.C.
Тема 8	Эффективность конкурентной борьбы

**Форма промежуточной аттестации:**

**Экзамен проводится с применением следующих методов (средств):** в форме устного собеседования по вопросам представленным в билетах и итогового тестирования

**Основная литература:**

1. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. – Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. – 397 с. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <https://www.iprbookshop.ru/79818.html>.
2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5.
3. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг : учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.02 «Медийные технологии: SMM-продвижение»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина Б1.В.02 «Медийные технологии: SMM-продвижение» обеспечивает овладение следующими компетенциями

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-5	Способен использовать передовые информационные технологии в объеме необходимом для достижения предусмотренных бизнес-целей	ПК-5.1	Способен использовать технологии в объеме необходимом для достижения предусмотренных бизнес-целей

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства (код В) – частично	В/01.7 Руководство производственным отделом	<i>на уровне знаний:</i> знать специфику SMM-продвижения проекта
		<i>на уровне умений:</i> анализировать средства и эффективность SMM-технологий, разрабатывать план проведения и реализации рекламной кампании
		<i>на уровне навыков:</i> использовать основные инструменты Интернет, применяемые для целей продвижения; организации и проведения маркетинговых исследований

### **Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часов, 81 астроном. час.

### **Структура дисциплины:**

Тема 1	Социальный медиа маркетинг: понятие, история появления технологии
Тема 2	Основные принципы работы в SMM
Тема 3	Продвижение СМИ в социальных сетях
Тема 4	Контент-маркетинг в СМИ
Тема 5	Аналитика и автоматизация SMM-продвижения СМИ

### **Форма промежуточной аттестации:**

**Курсовой проект.** Подготовка магистров к решению практической задачи, вытекающее из анализа выбранного объекта, предмета, проблемы, ситуации.

**Зачет с оценкой** проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам представленным в билетах и тестирования

### **Основная литература:**

1. Лунева, Е.А. Цифровой маркетинг: учебное пособие: [16+] / Е. А. Лунева, Н. П. Реброва; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Прометей, 2021. – 165 с.: схем., табл., ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612079>.



2. Катаев, А.В. Digital-маркетинг : учебное пособие : [16+] / А. В. Катаев, Т. М. Катаева, И. А. Названова; Южный федеральный университет. – Ростов-на-Дону; Таганрог: Южный федеральный университет, 2020. – 163 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=598669>.
3. Кеннеди Д., Ким Уэлш-Филлипс. Жесткий SMM: выжать из соцсетей максимум. - 2-е изд. - М.: Альбина Паблишер, - 2019. - 344 с.
4. Сергеев Л.И. Цифровая Экономика: учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2020. - 332 с.
5. Шевченко Д.А. Цифровой маркетинг: учебник: [16+] / Д. А. Шевченко. – Москва :Директ-Медиа, 2022. – 185 с.: ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686507>.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.03 Управление медиахолдингом

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.03 «Управление медиахолдингом» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований и осуществления бизнес-процессов	ПК-2.1	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований

В результате освоения дисциплины Б1.В.03 «Управление медиахолдингом» у обучающихся должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства (код В) – частично	В/01.7 Руководство производственным отделом	<i>на уровне знаний:</i> знать специфику SMM-продвижения проекта
		<i>на уровне умений:</i> анализировать средства и эффективность SMM-технологий, разрабатывать план проведения и реализации рекламной кампании
		<i>на уровне навыков:</i> использовать основные инструменты Интернет, применяемые для целей продвижения; организации и проведения маркетинговых исследований

**Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часа, 81 астроном. час.

### Структура дисциплины:

Тема 1	Роль холдинговых структур в экономике. Внутренняя бизнес-среда холдинга
Тема 2	Роль корпоративного центра и Бизнес Единицы.
Тема 3	Плановые циклы в холдинге.
Тема 4	Финансовые «рамки» холдинга (Financial Framework).
Тема 5	Внутренние рынки холдинга
Тема 6	Инвестиционный процесс в холдинге.
Тема 7	Управление портфелем активов холдинга. М&А
Тема 8	Управление портфелем инвестиционных проектов холдинга.

### Форма промежуточной аттестации:

**Зачет с оценкой** проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам

### Основная литература:

1. Красильников, С. А. Менеджмент. Управление холдингом : учебное пособие для вузов / С. А. Красильников, А. С. Красильников ; под редакцией С. А. Красильникова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 169 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-8751-5.
2. Передера, Ж. С. Анализ слияний и поглощений : учебное пособие для вузов / Ж. С. Передера, А. В. Федоров. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 140 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14819-0.
3. Корпоративное управление : учебник для вузов / С. А. Орехов [и др.] ; под общей редакцией С. А. Орехова. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 312 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05902-1.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ** **Б1.В.04 «Стратегия управления медиа-активами СМИ»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.04 «Стратегия управления медиа-активами СМИ» обеспечивает овладение следующей компетенцией.

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном языке, для академического взаимодействия
ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений

В результате освоения дисциплины Б1.В.04 «Стратегия управления медиа-активами СМИ» у обучающихся должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профес-сиональ-ные дей-ствия</i>	<i>Код эта-па осво-ения ком-петен-ции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Организация и контроль выпуска продукции сетевого издания/информационного агентства (код В) – частично	В/01.7 Руководство производ-ственным от-делом	<i>на уровне знаний:</i> знать специфику SMM-продвижения проекта
		<i>на уровне умений:</i> анализировать средства и эффективность SMM-технологий, разрабаты-вать план проведения и реализации реклам-ной кампании
		<i>на уровне навыков:</i> использовать основ-ные инструменты Интернет, применяемые для целей продвижения; организации и проведения маркетинговых исследований

### Объем дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 акад. часа, 81 астроном. час.

### Структура дисциплины:

Тема 1	Теоретические основы управления медиаактивами
Тема 2	Типология медиа-активов.
Тема 3	Рынок контента в медиабизнесе
Тема 4	Способы и модели монетизации контента на различных медий-ных платформах
Тема 5	Управление рисками в медиа компании
Тема 6	Рынок контента в медиаиндустрии.
Тема 7	Финансовые ресурсы медиакомпаний.
Тема 8	Инструменты финансового медиаменеджмента.

**Форма промежуточной аттестации:**

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle

**Основная литература:**

1. Федотова, М. А. Оценка стоимости активов и бизнеса : учебник для вузов / М. А. Федотова, В. И. Бусов, О. А. Землянский ; под редакцией М. А. Федотовой. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 539 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16679-8.
2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.05 Организация, оценка и осуществление бизнес-процессов**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения:**

Дисциплина Б1.В.05 «Организация, оценка и осуществление бизнес-процессов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-1	Способен осуществлять организацию и мотивацию сотрудников к быстрой и систематической работе	ПК-1.1	Способен предусматривать и формировать факторы организации и мотивации сотрудников
		ПК-1.2	Способен планировать и осуществлять мотивационное воздействие для эффективной работы
ПК-2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований и осуществления бизнес-процессов	ПК-2.2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для осуществления бизнес-процессов

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профес-сиональ-ные дей-ствия</i>	<i>Код эта-па ос-вое-ния ком-петен-ции</i>	<i>Результаты обучения</i>
	F/01.7 Определение	на уровне знаний: знать основные теоретические положения ценообразования

Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	направлений развития организации	<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

**Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы, **144** акад. часа, 108 астроном. часов.

**Структуры дисциплины:**

Тема 1	Понятие бизнес-процесса
Тема 2	Стратегический анализ бизнес-процессов
Тема 3	Моделирование бизнес-процессов
Тема 4	Анализ бизнес-процессов
Тема 5	Организация подбора персонала
Тема 6	Мотивация и оплата труда персонала
Тема 7	Совершенствование бизнес-процессов
Тема 8	Проектирование, внедрение и реализация нового административного бизнес-процесса

**Форма промежуточной аттестации:**

**Экзамен проводится** с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

**Основная литература:**

7. Варзунов А. В., Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Анализ и управление бизнес-процессами // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2016. –112 с.
8. Спиридонова Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебники и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 317 с.
9. Тесленко И.Б. Моделирование бизнес-процессов: учеб. пособие / И.Б. Тесленко, А.М. Губернаторов: Владим. гос. ун-т им. им. А. Г. и Н. Г. Столетовых. – Владимир : Изд-во ВлГУ, 2020. – 99 с.
10. Торосян Е. К., Сажнева Л. П., Варзунов А. В. Бизнес-планирование // Учебное пособие. – СПб: Университет ИТМО, 2015. – 90 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.06 Логистическое обеспечение бизнеса**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения:**

Дисциплина Б1.В.06 «Логистическое обеспечение бизнеса» обеспечивает овладение следующими компетенциями

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-6	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	ПК-6.2	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профессио-нальные действия</i>	<i>Код этапа освое-ния компе-тенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Организация и контроль выпуска продукции сетевого изда-ния/информационного агентства (код В)– ча-стично	В/01.7Руководство производ-ственным от-делом	<i>на уровне знаний:</i> знать специфику SMM-продвижения проекта
		<i>на уровне умений:</i> анализировать сред-ства и эффективность SMM-технологий, разра-батывать план проведения и реализации реклам-ной кампании
		<i>на уровне навыков:</i> использовать основ-ные инструменты Интернет, применяемые для целей продвижения; организации и проведения маркетинговых исследований

#### **Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы, **144** акад. часа, 108 астроном. часов.

#### **Структуры дисциплины:**

Тема 1	Введение в логистику и управление цепями поставок
Тема 2	Логистика снабжения
Тема 3	Логистика распределения и организация товаропроводящих систем
Тема 4	Управление запасами в логистических системах
Тема 5	Управление транспортировкой в логистических системах
Тема 6	Проектирование и оптимизация бизнес-процессов логистических систем
Тема 7	Стратегическое управление логистикой
Тема 8	Информационные технологии в логистике

#### **Форма промежуточной аттестации:**

**Курсовой проект.** Подготовка магистров к решению практической задачи, вытекающее из анализа выбранного объекта, предмета, проблемы, ситуации.

**Экзамен** проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собе-седования по вопросам.

#### **Основная литература:**

1. Янченко, А. А. Логистика снабжения : учебное пособие для вузов / А. А. Янченко. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15698-0.

2.Лукинский, В. С. Логистика и управление цепями поставок : учебник и практикум для вузов / В. С. Лукинский, В. В. Лукинский, Н. Г. Плетнева. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00208-9.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.07. «WEB-аналитика»

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения:

Дисциплина Б1.В.07. «WEB-аналитика» обеспечивает овладение следующими компетенциями

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
УК - 5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК - 5.2	Способен учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

<i>ОТФ/трудо-вые и профес-сиональ-ные дей-ствия</i>	<i>Код эта-па ос-воения ком-петен-ции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

### Объем дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, **72** акад. часов, 54 астроном. часа

### Структуры дисциплины:

Тема 1	Веб-аналитика: цель и задачи
Тема 2	Методы веб-аналитики
Тема 3	Digital-аналитика
Тема 4	А/Б-тестирование и оптимизация конверсий
Тема 5	Виды трафика
Тема 6	Источники трафика

**Форма промежуточной аттестации:**

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): ответ на вопросы.

**Основная литература:**

1. Котлер Ф. Маркетинг от А до Я / Ф. Котлер. М.: Альпина Паблишер, 2016 .— 211 с.
2. Маркетинг в отраслях и сферах деятельности. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016 .— 446 с.
3. Васильев Г. А. Электронный бизнес и реклама в Интернете / Г.А. Васильев, Д.А. Забегалин. М.: Юнити-Дана, 2012 .— 184 с.
4. Маркетинг PR и рекламы / И. М. Синяева.— М. : Юнити-Дана, 2015 .— 495 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства»**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения:**

Дисциплина Б1.В.08 «Экономика и организация работы издательства» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-3	Способен осуществлять подготовку заказов, формулирование технических указаний к печати, заключение договоров с полиграфическими организациями, контроль качества результата	ПК-3.1	Способен заключать договоры с полиграфическими организациями, контролирует качества результата
		ПК-3.2	Способен осуществлять подготовку заказов, формулирование технических указаний к печати

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профес-сиональ-ные дей-ствия</i>	<i>Код эта-па ос-вое-ния ком-петен-ции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития орга-низации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретиче-ские положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции



**Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часа, 54 астроном. часа

**Структуры дисциплины:**

Тема 1	Организационная структура издательства.
Тема 2	Издательский процесс.
Тема 3	Планирование выпуска книги.
Тема 4	Работа издательства с автором.
Тема 5	Издательская себестоимость.
Тема 6	Структура себестоимости издательской продукции.
Тема 7	Факторы, влияющие на себестоимость издательской продукции.
Тема 8	Издательский маркетинг.

**Форма промежуточной аттестации:**

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

**Основная литература:**

1. Кузнецов Б.А. Экономика и организация издательской деятельности. – М.: АСТ: Астрель, 2006. –
2. Нечитайло А.А. Организационно-экономические методы управления в издательском деле: учебник / А.А. Нечитайло, А.А. Гнутова. - Самара: Изд-во Самарского университета, 2016. - 176 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ****Б1.В.ДВ.01.01 Управление затратами и ценообразование на рынке СМИ**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Управление затратами и ценообразование на рынке СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований и осуществления бизнес-процессов	ПК-2.1	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований
		ПК-2.2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для осуществления бизнес-процессов

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

#### **Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 акад. часов. 135 астр. часа.

#### **Структура дисциплины:**

Тема 1	Сущность процесса управления затратами
Тема 2	Планирование и бюджетирование затрат в СМИ
Тема 3	Калькулирование себестоимости продукции
Тема 4	Управление затратами предприятия СМИ в процессе деятельности
Тема 5	Составные части цены, в том числе продукции СМИ
Тема 6	Основы методологии ценообразования
Тема 7	Формирование цен в условиях конкурентного рынка
Тема 8	Ценовая политика предприятия СМИ

#### **Форма промежуточной аттестации:**

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в устной форме по вопросам.

#### **Основная литература:**

1. Асаул, А. Н. Управление затратами и контроллинг : учебное пособие для вузов / А. Н. Асаул, И. В. Дроздова, М. Г. Квициния, А. А. Петров. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 263 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-04968-8.
2. Гаранина М.П. Управление затратами и ценообразование: учеб. пособие. - Самара: Самар. гос. ьехн. ун-т, 2018. - 154 с.
3. Липсиц И.В. Ценообразование: учебн.-практ. пособие / И.В. Липсиц. - М.: Издательство Юрайт, 2011. - 399 с.
4. Липсиц И.В. Ценообразование: учебное пособие для вузов / И.В. Липсиц. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 160 с.
5. Спиридонова Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебники и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 317 с.
6. Ценообразование: учебник. - 3-е изд., перераб. и доп. / под ред. проф. В.А. Слепова. - Москва: Магистр: ИНФРА-М, 2022. - 304 с.
7. Ценообразование: учебник и практикум для вузов / Т.Г. Касьяненко; под редакцией Т.Г. касьяненко. - 7-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юоайт, 2022. - 437

- с.
8. Ямпольская Д.О. Ценообразование: учебник для вузов / Д.О. Ямпольская. - 2-е изд., испр. и доп. - Мостка: Издательство Юрайт, 2022 - 193 с.

## АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

### Б1.В. ДВ.01.02 «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ»

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

#### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Ценообразование на конкурентном рынке СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований и осуществления бизнес-процессов	ПК-2.1	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для обеспечения организационных преобразований
		ПК-2.2	Способен предусматривать необходимые средства и ресурсы для осуществления бизнес-процессов

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудо-вые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

#### Объем дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 акад. часов., 135 астр. часа

#### Структура дисциплины:

Тема 1	Теоретические основы цены
Тема 2	Система цен в рыночной экономике
Тема 3	Спрос и предложение на конкурентном рынке
Тема 4	Виды затрат, формирующих себестоимость
Тема 5	Составные части цены, в том числе продукции СМИ
Тема 6	Основы методологии ценообразования
Тема 7	Формирование цен в условиях конкурентного рынка

**Форма промежуточной аттестации:**

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

**Основная литература:**

1. Липсиц И.В. Ценообразование: учебное пособие для вузов / И.В. Липсиц. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 160 с.
2. Лазурин Е.А. и др. Современное ценообразование: учебное пособие / Лазурин Е.А., Неклюдов В.А., Сироткин С.А. - Ярославль: ООО «ПКФ «Союз-Пресс»», 2020. - 76 с.
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 507 с.
4. Сергеев Л.И. Цифровая Экономика: учебник для вузов. - М.: Юрайт, 2020. - 332 с.
5. Спиридонова Е.А. Оценка стоимости бизнеса: учебники и практикум для вузов / Е.А. Спиридонова. - 2-е изд., перераб. и доп. - Москва: Издательство Юрайт, 2022. - 317 с.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.02.01 Изучение аудитории СМИ**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.01 «Изучение аудитории СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений
		ПК-4.2	Способен оценивать будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>

Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	на уровне знаний: знать основные теоретические положения ценообразования
		на уровне умений: уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		на уровне навыков: проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

**Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 акад. часов, 135 астроном. часа.

**Структура дисциплины:**

Тема 1	<i>Аудитория – субъект массовой коммуникации и СМИ</i>
Тема 2	Аудитории массовой коммуникации как социальная общность
Тема 3	История становления исследований аудитории СМИ
Тема 4	Первый опыт измерения радиной аудитории
Тема 5	Измерения телевизионной аудитории
Тема 6	Методология и методика исследований аудитории СМИ: сущностное содержание и особенности
Тема 7	Этапы медиаисследования аудитории СМИ
Тема 8	Первичное и вторичное исследования

**Форма промежуточной аттестации:**

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам (билетам).

**Основная литература:**

1. Батыгин Г. С. Лекции по методологии социологических исследований. – М., 1995.
2. Браун Дж., Томпсон С. Основы воздействия СМИ / пер. с англ. – М., 2004.
3. Исследование СМИ: методология, подходы, методы. Вып. 1 / сост. и науч. ред. И. Д. Фомичева. – М., 2011.

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ  
Б1.В.ДВ.02.02 Анализ потребителей СМИ**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина Б1.В.ДВ.02.02 «Анализ потребителей СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапов достижения результатов освоения образовательной программы:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
-----------------	--------------------------	----------------------------	-------------------------------------

ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений
		ПК-4.2	Способен оценивать будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

#### Объем дисциплины:

Общая трудоемкость дисциплины составляет **5** зачетные единицы, **180** акад. часов, 135 астроном часов.

#### Структура дисциплины:

Тема 1	Медиа как индустрия и потребительский рынок.
Тема 2	Особенности медиапродуктов.
Тема 3	Маркетинг СМИ. Анализ рынка потребителей. Стратегия.
Тема 4	Рекламные исследования рынка потребителей.
Тема 5	Особенности медиапотребления продукции СМИ.
Тема 6	Исследование бюджета времени – основного ресурса медиапотребления.
Тема 7	Анализ медиаконтента как продукта потребления.
Тема 8	Этапы медиаисследования потребителей контента СМИ.

#### Форма промежуточной аттестации:

Экзамен проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

#### Основная литература:

1. Назаров М.М. Массовая коммуникация и общество. Введение в теорию исследования. – М.: УРСС, 2004.
2. Голядкин Н.А. Анализ аудиторий: Учебное пособие для менеджеров телевидения и радио. – М., 2000.

### АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В.ДВ.03.01 «Продвижение медиапродукции»

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина **Б1.В.ДВ.03.01 «Продвижение медиапродукции»** обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапов достижения результатов освоения образовательной программы:

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-5	Способен использовать передовые информационные технологии в объеме необходимом для достижения предусмотренных бизнес-целей	ПК-5.1	Способен использовать технологии в объеме необходимом для достижения предусмотренных бизнес-целей
		ПК-5.2	Способен использовать передовые информационные технологии

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

**Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет **4** зачетные единицы, **144** акад. часов, 108 астроном. часа.

**Структура дисциплины:**

Тема 1	Маркетинг медиаиндустрии
Тема 2	Маркетинговые стратегии в медиабизнесе
Тема 3	Исследование объемов и структуры медиарынков
Тема 4	Исследование медийного контента в маркетинге
Тема 5	Составление маркетингового плана медиакомпания и медиапродукта
Тема 6	Дистрибуция и ценообразование в медиаотрасли: основные модели
Тема 7	Маркетинговые коммуникации СМИ и их медиапродуктов

**Форма промежуточной аттестации:**

**Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств):** в форме устного собеседования по вопросам и выполнения практического задания (кейса)

**Основная литература:**

1. Основы медиабизнеса: учебник для студентов вузов по направл. ВПО 030600 "Журналистика" / под ред. Е. Л. Варгановой. – М.: Аспект Пресс, 2014. - 400 с.

2. Основы медиабизнеса: учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" / под ред. Е. Л. Вартаковой. – М.: Аспект Пресс, 2009. - 360 с.
3. Иваницкий В. Л. Основы бизнесмоделирования СМИ: учеб. пособие для студентов вузов по напр. и спец. "Журналистика" / В. Л. Иваницкий. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 254 с.
4. Интернет-СМИ: теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов по напр. 030600 и спец. 030601 "Журналистика" / под ред. М. М. Лукиной. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 347 с.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ Б1.В. ДВ.03.02 Реклама контента СМИ**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### **Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.02 «Реклама контента СМИ» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
ПК-5	Способен использовать передовые информационные технологии в объеме необходимом для достижения предусмотренных бизнес-целей	ПК-5.1	Способен использовать технологии в объеме необходимом для достижения предусмотренных бизнес-целей
		ПК-5.2	Способен использовать передовые информационные технологии

В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

<b>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</b>	<b>Код этапа освоения компетенции</b>	<b>Результаты обучения</b>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные теоретические положения ценообразования
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		<i>на уровне навыков:</i> проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

### **Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа., 108 астр. часа.

### **Структура дисциплины:**

Тема 1	Современный контент-маркетинг
Тема 2	Типы контента
Тема 3	SMM (социальные сети, блоги, мессенджеры, рассылки, сайт и пр.)
Тема 4	Администрирование интернет-ресурсов
Тема 5	Работа с целевой аудиторией
Тема 6	СМИ в структуре рекламного процесса



Тема 7	Взаимодействие СМИ
Тема 8	Роль СМИ в распространении рекламы

### Форма промежуточной аттестации:

Зачет с оценкой проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам (ответы на вопросы экзаменационного билета).

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформы LMS Moodle.

### Основная литература:

1. Назайкин А. Н. Медиарилейшнз на 100 %. — М.: Альпина Бизнес Букс, 2010. — 412 с.
2. Назайкин А. Н. Эффективный рекламный текст в СМИ. Монография. — М.: Изд-во Моск. ун-та, Ф-т журн. МГУ, 2011. — 480 с.
3. Основы медиабизнеса: учебное пособие для студентов вузов / под редакцией Вартановой Е. Л. / Вартанова Е. Л., Иваницкий В. Л., Макеенко М. И., Назайкин А. Н., Смирнов С.С., Щепилова Г. Г. — М.: Аспект Пресс, 2009. — 360 с.
4. Основы рекламы: учебник / К. В. Антипов. — М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2009. — 328 с.
5. Реклама: теория и практика : учебное пособие для студентов вузов / под ред. В. В. Тулупова. — Воронеж : Издательство Воронежского государственного университета, 2011. — 400 с.
6. Щепилова, Г. Г., Щепилов К. В. Основы рекламы: учебник для бакалавров. — М: Изд-во «Юрайт», 2011. — 521 с.
7. Щепилова Г.Г. Реклама в СМИ: история, технологии, классификация. — М.: Издательство Московского университета, 2010. — 464 с.

## **АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ ФТД.01 Моделирование и особенности медиатекста**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

### Планируемые результаты освоения дисциплины:

Дисциплина ФТД.01 Моделирование и особенности медиатекста обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы

**Таблица 1**

<b>Код компетенции</b>	<b>Наименование компетенции</b>	<b>Код компонента компетенции</b>	<b>Наименование компонента компетенции</b>
ОПК-1	Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с	ОПК-1.1	Способен отслеживать и учитывать изменение норм русского иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
		ОПК-1.2	Способен планировать, организовывать, координировать процесс создания востребо-

нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем		ванных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
--	--	---

В результате освоения дисциплины у магистров должны быть:

**Таблица 2**

<i>ОТФ/трудо-вые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	<i>на уровне знаний:</i> знать основные методологические положения текстоведения
		<i>на уровне умений:</i> уметь анализировать публицистический текст любого жанра
		<i>на уровне навыков:</i> создавать и трансформировать публицистический текст в соответствии с семиотическими особенностями коммуникативной ситуации

#### **Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 акад. часа., 27 астр. часа.

#### **Структура дисциплины:**

Тема 1	Лингвистическая сущность текста
Тема 2	Управление параметрами медиатекста
Тема 3	Кодовая система текста

#### **Форма промежуточной аттестации:**

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

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

#### **Основная литература:**

1. Глазков, А. В. Семантика: от слова к тексту: учебник и практикум для вузов / А. В. Глазков. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 492 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15025-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/486421> (дата обращения: 08.05.2023).
2. Казарин, Ю. В. Лингвистический анализ текста : учебное пособие для вузов / Ю. В. Казарин ; под научной редакцией Л. Г. Бабенко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07556-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/473552> (дата обращения: 08.05.2023).

**АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**ФТД.02 История успешных компаний и бизнес-проектов**

**Наименование образовательной программы:** «Бизнес-моделирование современных СМИ»

**Код и наименование направления подготовки, профиля:** 42.04.02 «Журналистика»

**Форма обучения:** очная

**Планируемые результаты освоения дисциплины:**

Дисциплина ФТД.02 История успешных компаний и бизнес-проектов обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом индикаторов достижения результатов освоения образовательной программы

**Таблица 1**

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента компетенции</i>	<i>Наименование компонента компетенции</i>
ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений
		ПК-4.2	Способен оценивать будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений

В результате освоения дисциплины у магистров должны быть:

**Таблица 2**

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код этапа освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организации (код f) - частично	F/01.7 Определение направлений развития организации	на уровне знаний: знать основные теоретические положения ценообразования
		на уровне умений: уметь анализировать и определять ценовую стратегию фирмы
		на уровне навыков: проводить необходимые расчеты по определению затрат, себестоимости и цены продукции

**Объем дисциплины:**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетную единицу, 36 акад. часа., 27 астр. часа.

**Структура дисциплины:**

Тема 1	Формирование бизнес-идеи
Тема 2	Успешные фирмы Востока
Тема 3	Успешные фирмы Запада
Тема 4	Известные проекты и персоналии бизнеса

**Форма промежуточной аттестации:**

Зачет проводится с применением следующих методов (средств): в форме устного собеседования по вопросам.

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

### **Основная литература:**

1. *Ассараф Дж., Смит М.* Ответ. Как преуспеть в бизнесе, обрести финансовую свободу и жить счастливо. М.: Эксмо, 2009. 336 с.
2. *Голдсмит М.* Прыгни выше головы! 20 привычек, от которых нужно отказаться, чтобы покорит вершину успеха. М.: Олимп Бизнес, 2009. 264 с.
3. *Мартынов Д.* Создай СВОЙ бизнес: советы для эффективного бизнеса и счастливой жизни. СПб.: Весь, 2016. 272 с.