



«Экономика и менеджмент в СМИ»

1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цели освоения дисциплины – формирование у студентов целостного научно – обоснованного знаний о принципах функционирования предприятий в отрасли СМИ, а также об особенностях управленческой деятельности в этой сфере, сформировать у них целостное понимание закономерностей формирования информационного рынка, умение анализировать этот рынок, позиционировать на нем свое издание.

В процессе освоения дисциплины студент готовится к решению следующих профессиональных **задач**: расширить представления студентов об информации и информационном рынке, его структуре и возможностях; изучить основные понятия и процессы, связанные с управлением в средствах массовой информации. Среди них формы организации медиа-бизнеса, планирование и методы маркетинга, финансовая политика редакции, ценовая политика, редакционный менеджмент; обобщить и расширить представления студентов о современной системе СМИ России, основных каналах их распространения, осветить основные тенденции экономической деятельности различных типов СМИ.

2. Место дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» в структуре ОПОП

Дисциплина «Экономика и менеджмент в СМИ» относится к дисциплинам базовой части (Б1.Б.22) учебного плана направления подготовки бакалавра 42.03.02 Журналистика.

3. Планируемые результаты освоения учебной дисциплины:

В результате освоения учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» обеспечивается формирование **общепрофессиональными компетенциями**:

способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11);

Результаты обучения (компетенции ФГОС)	Составляющие результатов обучения
способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования	Знать: специфику медиа-бизнеса и СМИ как товара, формы предприятий и источники их финансирования, структуру и задачи бизнес-плана; основные понятия маркетинга и маркетинговой коммуникации, принципы и этапы построения маркетинговой стратегии, а также брендинга применительно к СМИ; основные понятия менеджмента, его функции и методы; принципы финансового управления и методы экономического анализа деятельности

<p>организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11)</p>	<p>предприятия в сфере периодической печати, аудиовизуальных и электронных СМИ.</p>
	<p>Уметь: составлять концепцию бизнес-плана редакции и стратегию маркетинга и брендинга для СМИ; проводить анализ рынка, планировать подписные и рекламные кампании, систему распространения СМИ; анализировать основные показатели хозяйственной деятельности; самостоятельно отслеживать динамику ценообразования на рынке СМИ и рекламного рынка; собирать, обрабатывать и информацию и использовать ее в целях совершенствования деятельности предприятия СМИ, увеличения его доходов; составлять и обрабатывать рекламные и информационные тексты, объявления и другие материалы различной направленности.</p>
	<p>Формируемые навыки: владеть основными терминами и понятиями из области экономики, социологии, рекламы, менеджмента; навыками работы с людьми; навыками анализа исследовательской работы с различными группами населения, навыками разрешения конфликтных ситуаций; методами анализа ситуации на современных, постоянно изменяющихся рынках СМИ, рекламы и других, связанных с ними сферах, участвующих в формировании и производстве конечного продукта СМИ.</p>

4. Структура учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

Очная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет три зачетных единиц (108 часов), в т. ч. контактная работа обучающихся с преподавателем - лекционные занятия 14 часов, практические занятия 14 часов, форма контроля – экзамен -36 ч.. Самостоятельная работа 44 часов.

Заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 часов, в т. ч. на лекционные занятия 4 часов, практические занятия– 4 часов, самостоятельная работа 89 часа, форма контроля - экзамен