

**Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»**

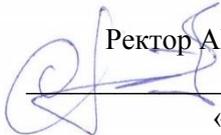


Факультет психологии, журналистики и дизайна

Кафедра журналистики



Утверждаю:


Ректор АНО ВО «ВгГИ»
С.М. Бельский
«19» мая 2022 г.

**Учебно-методический комплекс по дисциплине
«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»**

| | |
|--|-----------------------------|
| ФГОС ВО: Дата утверждения, № приказа | 8 июня 2017 г. N 524 |
| Направление (шифр и название) | 42.03.02 «Журналистика» |
| Квалификация (степень) | Бакалавр |
| Индекс дисциплины по учебному плану ОПОП | Б1.Б.22 |
| Дата принятия, № протокола Ученого совета | 19 мая 2022 г. Протокол №11 |

Волгоград 2022 г.

Рассмотрено и утверждено на заседании кафедры журналистики

Протокол № 9 от «19» мая 2022 г.

Одобрено на заседании учебно-методического совета института

Протокол № 9 от «19» мая 2022 г.

**Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»**

Кафедра менеджмента

Рассмотрено и утверждено
На заседании кафедры

Пр.№9 от «19» мая 2022г.

Зав. кафедрой



УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе

 И.А. Захарова

«19» мая 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ»

Направление подготовки
42.03.02 «Журналистика»

Квалификация (степень) выпускника – **бакалавр**

Форма обучения **очная, заочная**

Волгоград 2022 г.

1. Цели и задачи освоения дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

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 в структуре ОПОП

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

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

В результате освоения учебной дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» обеспечивается формирование **обще профессиональных компетенций**:

способность 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 |
|--|---|
| способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного | Знать: основы менеджмента в СМИ, структуру и особенности глобального информационного рынка; экономические принципы работы СМИ в разных странах, технологию продвижения публикаций СМИ, виды медиапредприятий и модели их развития, специфических особенностях медиаменеджмента; 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 предприятия в сфере периодической печати, аудиовизуальных и электронных СМИ. |
| | Уметь: учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, |

| | |
|--|--|
| должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11) | функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.); 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 использовать ее в целях совершенствования деятельности предприятия СМИ, увеличения его доходов; составлять и обрабатывать рекламные и информационные тексты, объявления и другие материалы различной направленности. |
| | Формируемые навыки: учета экономической составляющей в своей профессиональной деятельности, структуры и особенностей глобального информационного рынка; экономические принципы работы СМИ в разных странах, методами применения менеджерских функций в рамках должностных обязанностей; 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. |

Очная форма обучения

4. Объем дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

Общая трудоемкость дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» составляет три зачетных единицы (108 часа), в том числе контактная работа с преподавателем – лекции-14 часов, практические занятия – 14 часов, самостоятельная работа – 44 часа, в том числе трудоемкость экзамена -36 ч.

5. Содержание дисциплины (очная форма обучения):

5.1. Учебно-тематический план дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

| № п/п | Тема учебной дисциплины | Количество часов | | | |
|-------|---|-------------------|---------------------|----------------|-------|
| | | Контактная работа | | | |
| | | лекции | практические занят. | самост. работа | всего |
| 1. | Экономические принципы журналистской деятельности | 2 | 2 | 8 | 12 |
| 2. | Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ | 2 | 2 | 8 | 12 |

| | | | | | |
|----|--|-------------|----|----|-----|
| 3. | Планирование производства продукции СМИ. | 2 | 2 | 7 | 11 |
| 4. | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | 2 | 2 | 7 | 11 |
| 5. | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | 2 | 2 | 7 | 11 |
| 6 | Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании | 4 | 4 | 7 | 15 |
| | Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | Экзамен -36 | | | |
| | ИТОГО: | 14 | 14 | 44 | 108 |

5.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Экономические принципы журналистской деятельности *Занятие проходит в интерактивной форме – форме компьютерной инсталляции.*

Экономика СМИ как особая область практической деятельности и связанного с ней научного знания. Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ. Особенности их развития в различных общественных системах.

Экономика СМИ как предмет изучения. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Закономерности формирования и развития информационного рынка.

Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ

Специфика и функции редакционно-издательского маркетинга. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка СМИ. Позиционирование издания в избранном рыночном сегменте. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши. Исследование рынка потребителей информации.

Продвижение средства массовой информации на рынке. Конкурентная борьба на информационном рынке. Позиционирование периодического издания: выбор информационной ниши, ее виды. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение конкурентных изданий: монополии и олигополии. Планирование маркетинга. Структура службы маркетинга.

Тема 3. Планирование производства продукции СМИ.

Планирование производства продукции СМИ. График производства. Себестоимость. Структура затрат. Операционная политика. Эффективность экономической системы и рыночная модель предприятия. График достижения безубыточности и критический объем производства. Анализ экономики редакции с помощью графика безубыточности. Страхование, юридические аспекты, безопасность и охрана труда в редакции.

Финансовый план и бюджет редакции. Маркетинговый и рекламный бюджеты. Источники капитала, управление ими, формирование и распределение прибыли. Налогообложение, налоговые аспекты работы СМИ.

Тема 4. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции

Величина и состав редакционного коллектива. Способы минимизации численного состава редакции. Кадровая политика редакции. Контрактная система найма. Структуры управления в редакциях СМИ. Понятие цены, проблемы и методы ценообразования. Ценовая

политика редакции (учет спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Организация сбыта и распространения СМИ. Понятие цены. Проблема и методы ценообразования.

Ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Организация сбыта и распространения СМИ. Методы стимулирования продаж. Влияние монопольных структур на цены на медиа-рынке. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

Тема 5. Менеджмент и редакция.

Понятие менеджмента в СМИ, его функции. Научные основы теории управления, историческое развитие менеджмента. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации. Задачи управления и разделение управленческого труда. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.). Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, подготовка кадров). Самомаркетинг журналиста. Нормы профессиональной и корпоративной этики.

Логистика в СМИ как организация непрерывного производственного процесса. Построение алгоритма работы редакции как компании. Внутренние нормы, должностные инструкции и разделение функций. Производственные совещания, планерки, рабочие планы как инструмент управления. Инструменты логистики. Логистические схемы в распространении.

Тема 6. Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании

Особенности бизнес-планирования. Планирование как часть управления бизнесом. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.

Рекламная политика редакции: универсальный и специализированный подход к публикации рекламы. Источники рекламы. Система скидок, поощряющая постоянных клиентов. Виды рекламных продуктов: полоса, разворот, «накидка», обложка и т.д. Спонсоринг. Открытая и скрытая реклама. Публикация частных объявлений. Принципы медиапланирования. Определение количества рекламы, необходимой СМИ.

5.3. Содержание практических (семинарских) занятий

Тема 1. Экономические принципы журналистской деятельности

1. Экономика СМИ: понятие, специфика. Особенности их развития в различных общественных системах.

2. Экономика СМИ как предмет изучения.

3. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики.

4. Закономерности формирования и развития информационного рынка.

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ.

2. Журналистская информация как товар на информационном рынке.

3. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ.

Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ

1. Специфика и функции редакционно-издательского маркетинга.

2. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка СМИ..

3. Продвижение средства массовой информации на рынке.

4. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации

Задания:

1. Позиционирование издания в избранном рыночном сегменте.
2. Конкурентная борьба на информационном рынке.
3. Изучение конкурентных изданий: монополии и олигополии.
4. Планирование маркетинга. Структура службы маркетинга.

Задание 2. Исследование сегмента рынка печатных СМИ:

- а. по типу продукта — ежедневные общественно-политические газеты, общественно-политические еженедельники, деловые еженедельники, деловые журналы, специализированные журналы, спортивные издания, литературно-художественные издания, развлекательные издания и т.п.;
- б. по характеру аудитории — например, детские, женские, мужские, молодежные издания и т.п.

Тема 3. Планирование производства продукции СМИ. Занятие проходит в интерактивной форме – форме дискуссии.

1. Планирование производства продукции СМИ.
2. График производства. Себестоимость. Структура затрат.
3. Анализ экономики редакции с помощью графика безубыточности.
4. Финансовый план и бюджет редакции. Маркетинговый и рекламный бюджеты.

Задания:

1. Подготовьте рефераты на тему:
 1. Эффективность экономической системы и рыночная модель предприятия
 2. Страхование, юридические аспекты, безопасность и охрана труда в редакции.
 3. Источники капитала, управление ими, формирование и распределение прибыли.
 4. Налогообложение, налоговые аспекты работы СМИ.

Задание 2.

1. Исследование сегмента рынка ТВ- и радиопрограмм.
2. Исследование сегмента книжного и издательского рынка.

Деловая игра:

1. Деловая игра посвящена планированию подписной кампании в редакции. Распределяются роли (главный редактор, заместитель по коммерции, главный бухгалтер, специалист по маркетингу, творческие работники, представители почты и «Союзпечати»...). Выясняется возможный бюджет подписной кампании, определяются договорные условия подписки с распространителями и цены, оцениваются позиции конкурентов. Устанавливаются ориентиры (желаемый тираж, объемы поступлений от подписки).

Планируются мероприятия по рекламе и стимулированию сбыта (рекламная кампания в СМИ; пропаганда издания через проведение конкурсов, встреч с читателями; участие в коммерческих выставках; акции, направленные на повышение имиджа издания в глазах общественности и рекламодателей).

Подводятся итоги кампании, выясняются ее слабые стороны.

Подобные деловые игры приближают студентов к реальным ситуациям и помогают практическому усвоению и взаимосвязи понятий, воспринятых на лекциях и в ходе самостоятельной подготовки.

Тема 4. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции
Занятие проходит в интерактивной форме – форме круглого стола.

1. Кадровая политика редакции.

2. Контрактная система найма.
 3. Ценовая политика редакции (учет спроса, цен конкурентов, суммы издержек).
- Организация сбыта и распространения СМИ.
4. Организация сбыта и распространения СМИ.

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Структуры управления в редакциях СМИ.
2. Ценовая политика редакции : понятие цены, проблемы и методы ценообразования.
3. Методы стимулирования продаж. Влияние монопольных структур на цены на медиа-рынке.
4. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

Тема 5. Менеджмент и редакция.

1. Понятие менеджмента в СМИ, его функции.
2. Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, подготовка кадров).
3. Самомаркетинг журналиста. Нормы профессиональной и корпоративной этики.
4. Внутренние нормы, должностные инструкции и разделение функций. Инструменты логистики..

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Научные основы теории управления, историческое развитие менеджмента.
2. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации.
3. Задачи управления и разделение управленческого труда.
4. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.).

Деловая игра в рамках этого курса предполагает моделирование на практических занятиях ситуаций, связанных с хозяйственной деятельностью предприятия в сфере масс-медиа.

1. При рассмотрении вопроса о регистрации и о формах предприятий, возможен следующий сценарий деловой игры.

Группе студентов предлагается описать свои действия при регистрации издания или рекламного агентства (перечень необходимых документов, их роль, возможные формы предприятия в зависимости от вложенного капитала и степени участия разных учредителей). Между студентами распределяются роли (частные учредители, представитель государства, сторонний инвестор, члены трудового коллектива, кредиторы и т.д.). Затем вводятся факторы, выявляющие все возможные варианты развития событий (появление инвестора, в том числе, иностранного; раздел предприятия между его участниками; наделение членов коллектива долями; национализация предприятия; банкротство и ликвидация; присоединение или слияние с другим предприятием, включение в медиа-группу).

Тема 6. Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании

1. Особенности бизнес-планирования.
2. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
3. Рекламная политика редакции: универсальный и специализированный подход к публикации рекламы.
4. Спонсоринг.
5. Принципы медиапланирования.

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Планирование как часть управления бизнесом.
2. Понятие и виды рекламных продуктов.
3. Открытая и скрытая реклама. Публикация частных объявлений.

Задание 2 Создать вариант концепции бизнес-плана для СМИ.

5.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

| № п/п | Наименование раздела (темы) дисциплины для самостоятельного изучения | Учебно-методическая документация (список рекомендуемой литературы (основная, дополнительная), ресурсы «Интернет», информационно-справочные системы) | Учебно-методические средства |
|-------|--|---|------------------------------|
| 1 | Экономические принципы журналистской деятельности | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с 4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с. 5. Макконнел, К.Р., Брю, С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2 т. — М.: Республика, 1992. 6. Мескон, М.Х., Альберт,М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента/ Пер. с англ. — М.: Дело,1999. — 702 с. 7. Тулупов, В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. - Воронеж: Кварта, 2001. 8. Управление — это наука и искусство. Файоль А., Эмерсон Г., Тэйлор Ф., Форд Г. — М., 1992. — 408 с. 9. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. — М.: Экономика,1993. — 269 с. 10. Эко Умберто. О прессе // Пять эссе на темы этики. - Санкт-Петербург, Симпозиум, 2002. (Cinque scritti morali. Milano, Vompiani, 1997.) 11. Экономика предприятия: Учеб. пособ./ Г.З. Суша. — М.: Новое знание, 2003. — 384 с. <p>Информационное обеспечение Электронная гуманитарная библиотека. – URL:</p> | Реферат |

| | | | |
|---|---|--|---------|
| | | http://www.gumfak.ru | |
| 2 | Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с 4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с. 1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с. 2. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики: учеб. пособие : доп. УМО/ Е. Г. Калиберда. - М. : Логос, 2008. - 328 с. 3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с. 4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с. 5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Варгановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. - 6. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с <p>. Информационное обеспечение Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | Реферат |
| 3 | Планирование производства продукции СМИ. | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - | Реферат |

| | | | |
|---|--|---|---------|
| | | <p>216 с.</p> <p>2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с</p> <p>3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с</p> <p>4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.</p> <p>1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с.</p> <p>2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с.</p> <p>3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.</p> <p>4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.</p> <p>5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. –</p> <p style="text-align: center;">Информационное обеспечение Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
| 4 | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.</p> <p>2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с</p> <p>3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с</p> <p>4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.</p> <p>1. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.</p> | Реферат |

| | | | |
|---|--|---|---------|
| | | <p>2. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.</p> <p>35. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. –</p> <p>4. Поздняков В.Я. Экономика отрасли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Я. Поздняков, С.В. Казаков. – М.: Инфра, 2009 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: http://www.knigafund.ru.</p> <p style="text-align: center;">Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
| 5 | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | <p>Основная литература:</p> <p>Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <p>1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.</p> <p>2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с</p> <p>3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с</p> <p>4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.</p> <p>1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с.</p> <p>2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с.</p> <p>3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.</p> <p>4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.</p> <p>5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с</p> <p style="text-align: center;">Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | Реферат |
| 6 | Бизнес-план редакции СМИ. | <p>Основная литература:</p> <p>Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/</p> | Реферат |

| | | |
|--|---|--|
| <p>Реклама в периодическом издании</p> | <p>Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с 4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с. 1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с. 2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с. 3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с. 4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с. 5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Варгановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. <p>Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
|--|---|--|

5.4.1. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

СПС «Консультант Плюс» (локальная сеть Института)
ЭБС «IPRbooks» [URL:http://www.iprbookshop.ru/11020](http://www.iprbookshop.ru/11020) или локальная сеть Института
Компьютерная презентация лекций (Power Point)
Рабочее место в Институте, оборудованное компьютером с выходом в сеть Интернет
Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)
Электронная почта студента ВГГИ (_____@vggi.ru)
Поисковые системы: <http://www.yandex.ru/>; <https://www.google.ru/>; <https://mail.ru/>

5.4.2. Методические указания обучающемуся для осуществления самостоятельной работы

Одним из основных методов овладения знаниями является **самостоятельная работа студентов**, объем которой определяется учебно-методическим комплексом в часах для каждой категории студентов по данному направлению. Самостоятельная работа планируется, с учетом расписания занятий и тематического плана по дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ». Проводя самостоятельную работу, обучающиеся опираются на методические советы и рекомендации преподавателя.

Внедрение этой формы обучения, думается, будет способствовать повышению качества образования. Во-первых, за счет того, что каждый студент при личной встрече с преподавателем сможет решить именно те, проблемы, которые возникают у него при изучении материала и реализации изученного на практике. Тогда, как в группе решаются проблемы не доступные пониманию большинству студентов. Во-вторых, повысится уровень самостоятельности студента. Если при проведении группового занятия студент может не принимать активного участия в обсуждении и решении проблемы, или просто соглашаться с решениями, предложенными другими, то, работая самостоятельно, он вынужден будет решать проблему самостоятельно, что в конечном итоге подготовит его к будущей практической деятельности. Студент также сможет самостоятельно планировать время, затрачиваемое им на постановку проблемы, ее решения, и составления отчета для преподавателя, что опять же будет способствовать повышению уровня образования данного студента.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов рекомендуется следующий порядок ее организации. Сначала изучаются теоретические вопросы по соответствующей теме с проработкой основной и дополнительной литературы. Особое внимание следует обратить на понимание основных понятий и определений, что необходимо для правильного понимания и решения задач. Затем нужно самостоятельно разобрать и решить рассмотренные в тексте примеры, выясняя в деталях практическое значение выученного теоретического материала. После чего еще раз внимательно прочитать все вопросы теории, попутно решая соответствующие упражнения, приведенные в учебниках и сборниках задач.

Помощь в самостоятельной подготовке студенту окажут материалы учебно-методического комплекса. Они содержат перечень вопросов, которые необходимо изучить самостоятельно. К каждой теме прилагается список основной и дополнительной литературы, изучение которой будет способствовать наиболее полной подготовке к занятию. Студенту необходимо знать, что для подготовки достаточно использовать один из приведенных источников основной литературы. Для расширения познаний необходимо обращаться к дополнительной литературе. Надо обратить внимание на то, что к каждой теме приведены основные понятия и краткое содержание материала, необходимого для изучения.

Выполнение студентами самостоятельной работы контролируется. Все эти задания, темы рефератов и тесты для контроля знаний студентов можно найти в материалах учебно-методического комплекса в разделе: Фонд оценочных средств.

Одной из форм контроля самостоятельной работы является тест. При подготовке **к тесту** обучающийся должен внимательно изучить материал, предложенный преподавателем и учебно-методическим комплексом (основные термины, вопросы для обсуждения, основную и дополнительную литературу); рассмотреть практические задачи, предложенные к данной теме; еще раз вернуться к теоретическим вопросам для закрепления материала.

Как правило, тесты включает в себя от 10 до 20 заданий. На ознакомление с вопросами и формулирование ответа студенту отводится 20 минут. Студент должен выбрать из предложенных вариантов правильный ответ и подчеркнуть его.

Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов по дисциплине преподаватель руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- умение оперировать понятиями и категориями;
- умение грамотно анализировать факты и возникающие в связи с ними отношения;
- умение самостоятельно толковать источники;

– - развитие навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой при решении поставленных задач.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов получают оценку «неудовлетворительно».

Форма контроля – *реферат, доклад, аналитический обзор*. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

Контрольные работы. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов по дисциплине преподаватель руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы нормативно-правовыми актами, материалами судебной практики, учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
 - развитие навыков самостоятельной работы учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
 - развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
 - выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
 - развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
 - закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать понятиями и категориями;
 - умение грамотно анализировать факты и возникающие в связи с ними отношения.

Критерии оценки и шкала оценивания знаний, умений, навыков:

5 БАЛЛОВ (отлично):

- систематизированные, полные знания по всем вопросам;

- свободное владение терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;
- четкое представление о сущности, характере и взаимосвязях понятий и значимых явлений;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;
- умение использовать научные достижения дисциплин;
- ориентирование в специальной литературе ;
- знание основных проблем базовых дисциплин.

4 БАЛЛА (хорошо):

- в основном полные знания по всем вопросам;
- владение терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;
- четкое представление о сущности и взаимосвязях значимых явлений;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;

3 БАЛЛА (удовлетворительно):

- фрагментарные знания при ответе;
- владение терминологией;
- не полное представление о сущности и взаимосвязях значимых явлений и процессов;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;

2 БАЛЛА (неудовлетворительно):

- отсутствие знаний и компетенций;
- отсутствие представления о сущности, характере и взаимосвязях значимых явлений;
- неумение владеть терминологией.

5.5. Образовательные технологии

Компетентностные задачи, решаемые в процессе освоения разделов дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ», предполагают широкое использование традиционных и современных форм, методов и технологий обучения, направленных на развитие творческого мышления, овладение методами анализа информации, выявления проблемных областей и нахождения оптимальных вариантов решения, выработку навыков критического оценивания различных точек зрения, четкого изложения и отстаивания собственной позиции в устной и письменной форме, приобретение опыта работы в команде, стимулирование к организации систематической и ритмичной самостоятельной работы по дисциплине, самоанализ, самоконтроль и самооценку.

Лекционный курс основывается на сочетании классических образовательных технологий с элементами проблемного обучения, дискуссии и лекций-практикумов. Часть лекционных занятий проводится с использованием информационных технологий (комплекты слайдов).

На практических занятиях применяются современные образовательные технологии: ролевая игра, метод проектной деятельности с последующей презентацией и защитой проекта, метод мозгового штурма и др.

В рамках освоения дисциплины используются такие образовательные технологии, как:

- *Дискуссия* по теме «Планирование производства продукции СМИ» -дает импульс проблемному обучению (студенты не просто пассивно получают знания, но “добывают” их, решая познавательные задачи), в процессе дискуссии формируются специфические умения и навыки: умение формулировать мысли, аргументировать их (приемы доказательной полемики), навыки критического мышления,

Круглый стол по теме «Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции» - свободная конференция студентов для непосредственного обсуждения определённых.

- цель обсуждения — обобщить идеи и мнения относительно обсуждаемой проблемы;

- все участники круглого стола выступают в роли пропонентов (должны выразить мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников); отсутствие набора нескольких ролей характерно не для всех круглых столов;

- все участники обсуждения равноправны; никто не имеет права диктовать свою волю и решения.

Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

- *Компьютерная инсталляция* по теме «Экономические принципы журналистской деятельности». Игровые механики и тематические инсталляции позволяют достигать интерактивности и взаимодействия со студентами.

| № п/п | Тема занятия | Вид учебного занятия | Форма / методы активного и интерактивного обучения | Количество часов |
|-------|---|----------------------|--|------------------|
| 1. | Экономические принципы журналистской деятельности | лекция | Компьютерная инсталляция | 2 |
| 2. | Планирование производства продукции СМИ. | семинар | Дискуссия | 4 |
| 3 | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | семинар | Круглый стол | 2 |
| Итого | | | | 6 |

Заочная форма обучения

Объем дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

Общая трудоемкость дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ» составляет три зачетных единицы (108 часов), в том числе контактная работа с преподавателем - лекции - 4, практические занятия – 6, самостоятельная работа 89, в т. ч. трудоемкость экзамена –9 часов.

6. Содержание дисциплины (заочная форма обучения):

6.1. Учебно-тематический план дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ»

| № п/п | Тема учебной дисциплины | Количество часов | | | |
|-------|---|-------------------|---------------------|----------------|-------|
| | | Контактная работа | | | |
| | | лекции | практические занят. | самост. работа | всего |
| 1. | Экономические принципы журналистской деятельности | 1 | 1 | 14 | 16 |
| 2. | Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ | 1 | 1 | 15 | 17 |
| 3. | Планирование производства продукции СМИ. | 1 | 1 | 15 | 17 |
| 4. | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | 1 | 1 | 15 | 17 |

| | | | | | |
|----|--|------------|---|----|-----|
| 5. | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | | 1 | 15 | 16 |
| 6 | Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании | | 1 | 15 | 16 |
| | Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен) | Экзамен -9 | | | |
| | ИТОГО: | 4 | 6 | 89 | 108 |

6.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Экономические принципы журналистской деятельности

Экономика СМИ как особая область практической деятельности и связанного с ней научного знания. Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ. Особенности их развития в различных общественных системах.

Экономика СМИ как предмет изучения. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Закономерности формирования и развития информационного рынка.

Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ

Специфика и функции редакционно-издательского маркетинга. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка СМИ. Позиционирование издания в избранном рыночном сегменте. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши. Исследование рынка потребителей информации.

Продвижение средства массовой информации на рынке. Конкурентная борьба на информационном рынке. Позиционирование периодического издания: выбор информационной ниши, ее виды. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение конкурентных изданий: монополии и олигополии. Планирование маркетинга. Структура службы маркетинга.

Тема 3. Планирование производства продукции СМИ.

Планирование производства продукции СМИ. График производства. Себестоимость. Структура затрат. Операционная политика. Эффективность экономической системы и рыночная модель предприятия. График достижения безубыточности и критический объем производства. Анализ экономики редакции с помощью графика безубыточности. Страхование, юридические аспекты, безопасность и охрана труда в редакции.

Финансовый план и бюджет редакции. Маркетинговый и рекламный бюджеты. Источники капитала, управление ими, формирование и распределение прибыли. Налогообложение, налоговые аспекты работы СМИ.

Тема 4. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции

Величина и состав редакционного коллектива. Способы минимизации численного состава редакции. Кадровая политика редакции. Контрактная система найма. Структуры управления в редакциях СМИ. Понятие цены, проблемы и методы ценообразования. Ценовая политика редакции (учет спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Организация сбыта и распространения СМИ. Понятие цены. Проблема и методы ценообразования.

Ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Организация сбыта и распространения СМИ. Методы стимулирования продаж. Влияние монопольных структур на цены на медиа-рынке. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

6.3. Содержание практических (семинарских) занятий

Тема 1. Экономические принципы журналистской деятельности

1. Экономика СМИ: понятие, специфика. Особенности их развития в различных общественных системах.
2. Экономика СМИ как предмет изучения.
3. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики.
4. Закономерности формирования и развития информационного рынка.

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ.
2. Журналистская информация как товар на информационном рынке.
3. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ.

Тема 2. Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ

1. Специфика и функции редакционно-издательского маркетинга.
2. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка СМИ..
3. Продвижение средства массовой информации на рынке.
4. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации

Задания:

1. Позиционирование издания в избранном рыночном сегменте.
2. Конкурентная борьба на информационном рынке.
3. Изучение конкурентных изданий: монополии и олигополии.
4. Планирование маркетинга. Структура службы маркетинга.

Задание 2. Исследование сегмента рынка печатных СМИ:

- в. по типу продукта — ежедневные общественно-политические газеты, общественно-политические еженедельники, деловые еженедельники, деловые журналы, специализированные журналы, спортивные издания, литературно-художественные издания, развлекательные издания и т.п.;
- г. по характеру аудитории — например, детские, женские, мужские, молодежные издания и т.п.

Тема 3. Планирование производства продукции СМИ.

1. Планирование производства продукции СМИ.
2. График производства. Себестоимость. Структура затрат.
3. Анализ экономики редакции с помощью графика безубыточности.
4. Финансовый план и бюджет редакции. Маркетинговый и рекламный бюджеты.

Задания:

1. Подготовьте рефераты на тему:
 1. Эффективность экономической системы и рыночная модель предприятия
 2. Страхование, юридические аспекты, безопасность и охрана труда в редакции.
 3. Источники капитала, управление ими, формирование и распределение прибыли.
 4. Налогообложение, налоговые аспекты работы СМИ.

Задание 2.

1. Исследование сегмента рынка ТВ- и радиопрограмм.
2. Исследование сегмента книжного и издательского рынка.

Деловая игра:

1. Деловая игра посвящена планированию подписной кампании в редакции. Распределяются роли (главный редактор, заместитель по коммерции, главный бухгалтер, специалист по маркетингу, творческие работники, представители почты и «Союзпечати»...). Выясняется возможный бюджет подписной кампании, определяются договорные условия подписки с распространителями и цены, оцениваются позиции конкурентов. Устанавливаются ориентиры (желаемый тираж, объемы поступлений от подписки).

Планируются мероприятия по рекламе и стимулированию сбыта (рекламная кампания в СМИ; пропаганда издания через проведение конкурсов, встреч с читателями; участие в коммерческих выставках; акции, направленные на повышение имиджа издания в глазах общественности и рекламодателей).

Подводятся итоги кампании, выясняются ее слабые стороны.

Подобные деловые игры приближают студентов к реальным ситуациям и помогают практическому усвоению и взаимосвязи понятий, воспринятых на лекциях и в ходе самостоятельной подготовки.

Тема 4. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции

1. Кадровая политика редакции.

2. Контрактная система найма.

3. Ценовая политика редакции (учет спроса, цен конкурентов, суммы издержек).

Организация сбыта и распространения СМИ.

4. Организация сбыта и распространения СМИ.

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Структуры управления в редакциях СМИ.

2. Ценовая политика редакции : понятие цены, проблемы и методы ценообразования.

3. Методы стимулирования продаж. Влияние монопольных структур на цены на медиа-рынке.

4. Медиа-инфляция. Каналы и методы распространения.

Тема 5. Менеджмент и редакция.

1. Понятие менеджмента в СМИ, его функции.

2. Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, подготовка кадров).

3. Самомаркетинг журналиста. Нормы профессиональной и корпоративной этики.

4. Внутренние нормы, должностные инструкции и разделение функций. Инструменты логистики..

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Научные основы теории управления, историческое развитие менеджмента.

2. Менеджмент как наука об управлении и как практика управленческой коммуникации.

3. Задачи управления и разделение управленческого труда.

4. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.).

Деловая игра в рамках этого курса предполагает моделирование на практических занятиях ситуаций, связанных с хозяйственной деятельностью предприятия в сфере масс-медиа.

1. При рассмотрении вопроса о регистрации и о формах предприятий, возможен следующий сценарий деловой игры.

Группе студентов предлагается описать свои действия при регистрации издания или рекламного агентства (перечень необходимых документов, их роль, возможные формы предприятия в зависимости от вложенного капитала и степени участия разных учредителей). Между студентами распределяются роли (частные учредители, представитель государства, сторонний инвестор, члены трудового коллектива, кредиторы и т.д.). Затем вводятся факторы, выявляющие все возможные варианты развития событий (появление инвестора, в том числе, иностранного; раздел предприятия между его участниками; наделение членов коллектива долями; национализация предприятия; банкротство и ликвидация; присоединение или слияние с другим предприятием, включение в медиа-группу).

Тема 6. Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании

1. Особенности бизнес-планирования.
2. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
3. Рекламная политика редакции: универсальный и специализированный подход к публикации рекламы.
4. Спонсоринг.
5. Принципы медиапланирования.

Задания:

Подготовьте рефераты на тему:

1. Планирование как часть управления бизнесом.
2. Понятие и виды рекламных продуктов.
3. Открытая и скрытая реклама. Публикация частных объявлений.

Задание 2 Создать вариант концепции бизнес-плана для СМИ.

6.4. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

| № п/п | Наименование раздела (темы) дисциплины для самостоятельного изучения | Учебно-методическая документация (список рекомендуемой литературы (основная, дополнительная), ресурсы «Интернет», информационно-справочные системы) | Учебно-методические средства |
|-------|--|--|------------------------------|
| 1 | Экономические принципы журналистской деятельности | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с | Реферат |

| | | | |
|--|--|---|--|
| | | <p>4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.</p> <p>12.Макконнел, К.Р., Брю, С.Л. Экономикс: принципы, проблемы и политика: в 2 т. — М.: Республика, 1992.</p> <p>13. Мескон, М.Х., Альберт,М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента/ Пер. с англ. — М.: Дело,1999. — 702 с.</p> <p>14. Тулупов, В.В. Газета: маркетинг, дизайн, реклама. - Воронеж: Кварта, 2001.</p> <p>15. Управление — это наука и искусство. Файоль А., Эмерсон Г., Тэйлор Ф., Форд Г. — М., 1992. — 408 с.</p> <p>16. Эванс Дж., Берман Б. Маркетинг. — М.: Экономика,1993. — 269 с.</p> <p>17. Эко Умберто. О прессе // Пять эссе на темы этики. - Санкт-Петербург, Симпозиум, 2002. (Cinque scritti morali. Milano, Bompiani, 1997.)</p> <p>18. Экономика предприятия: Учеб. пособ./ Г.З. Суша. — М.: Новое знание, 2003. — 384 с.</p> <p style="text-align: center;">Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
|--|--|---|--|

| | | | |
|---|--|--|---------|
| 2 | <p>Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ</p> | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с 4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с. 1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с. 2. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики: учеб. пособие : доп. УМО/ Е. Г. Калиберда. - М. : Логос, 2008. - 328 с. 3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с. 4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с. 5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Варгановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. - 6. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с <p>. Информационное обеспечение Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | Реферат |
| 3 | <p>Планирование производства продукции СМИ.</p> | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. | Реферат |

| | | | |
|---|--|--|---------|
| | | <p>и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с</p> <p>3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с</p> <p>4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.</p> <p>1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с.</p> <p>2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с.</p> <p>3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.</p> <p>4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.</p> <p>5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. –</p> <p style="text-align: center;">Информационное обеспечение Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
| 4 | <p>Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции</p> | <p>Основная литература: Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература: 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.</p> <p>2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с</p> <p>3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с</p> <p>4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.</p> <p>1. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.</p> <p>2. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.</p> <p>35. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред.</p> | Реферат |

| | | | |
|---|---|--|---------|
| | | <p>Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. –</p> <p>4. Поздняков В.Я. Экономика отрасли [Электронный ресурс]: учеб. пособие / В.Я. Поздняков, С.В. Казаков. – М.: Инфра, 2009 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: http://www.knigafund.ru.</p> <p>Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
| 5 | <p>Управление редакционным коллективом.</p> <p>Финансовая политика редакции</p> | <p>Основная литература:</p> <p>Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с 4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с. 1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с. 2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с. 3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с. 4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с. 5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с <p>Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | Реферат |
| 6 | <p>Бизнес-план редакции СМИ.</p> <p>Реклама в периодическом издании</p> | <p>Основная литература:</p> <p>Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: http://www.iprbookshop.ru/24845.— ЭБС «IPRbooks», по паролю</p> | Реферат |

| | | | |
|--|--|--|--|
| | | <p>Дополнительная литература:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. Пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с. 2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с 3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с 4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие –[Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с. 1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с. 2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с. 3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с. 4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с. 5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. <p style="text-align: center;">Информационное обеспечение</p> <p>Электронная гуманитарная библиотека. – URL: http://www.gumfak.ru</p> | |
|--|--|--|--|

6.4.1. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости):

СПС «Консультант Плюс» (локальная сеть Института)
 ЭБС «IPRbooks» [URL:http://www.iprbookshop.ru/11020](http://www.iprbookshop.ru/11020) или локальная сеть Института
 Компьютерная презентация лекций (Power Point)
 Рабочее место в Институте, оборудованное компьютером с выходом в сеть Интернет
 Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)
 Электронная почта студента ВгГИ (_____@vggi.ru)
 Поисковые системы: <http://www.yandex.ru/>; <https://www.google.ru/>; <https://mail.ru/>

6.4.2. Методические указания обучающемуся для осуществления самостоятельной работы

Одним из основных методов овладения знаниями является *самостоятельная работа студентов*, объем которой определяется учебно-методическим комплексом в часах для каждой категории студентов по данному направлению. Самостоятельная работа планируется, с учетом расписания занятий и тематического плана по дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ».

Проводя самостоятельную работу, обучающиеся опираются на методические советы и рекомендации преподавателя.

Внедрение этой формы обучения, думается, будет способствовать повышению качества образования. Во-первых, за счет того, что каждый студент при личной встрече с преподавателем сможет решить именно те, проблемы, которые возникают у него при изучении материала и реализации изученного на практике. Тогда, как в группе решаются проблемы не доступные пониманию большинству студентов. Во-вторых, повысится уровень самостоятельности студента. Если при проведении группового занятия студент может не принимать активного участия в обсуждении и решении проблемы, или просто соглашаться с решениями, предложенными другими, то, работая самостоятельно, он вынужден будет решать проблему самостоятельно, что в конечном итоге подготовит его к будущей практической деятельности. Студент также сможет самостоятельно планировать время, затрачиваемое им на постановку проблемы, ее решения, и составления отчета для преподавателя, что опять же будет способствовать повышению уровня образования данного студента.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов рекомендуется следующий порядок ее организации. Сначала изучаются теоретические вопросы по соответствующей теме с проработкой основной и дополнительной литературы. Особое внимание следует обратить на понимание основных понятий и определений, что необходимо для правильного понимания и решения задач. Затем нужно самостоятельно разобрать и решить рассмотренные в тексте примеры, выясняя в деталях практическое значение выученного теоретического материала. После чего еще раз внимательно прочитать все вопросы теории, попутно решая соответствующие упражнения, приведенные в учебниках и сборниках задач.

Помощь в самостоятельной подготовке студенту окажут материалы учебно-методического комплекса. Они содержат перечень вопросов, которые необходимо изучить самостоятельно. К каждой теме прилагается список основной и дополнительной литературы, изучение которой будет способствовать наиболее полной подготовке к занятию. Студенту необходимо знать, что для подготовки достаточно использовать один из приведенных источников основной литературы. Для расширения познаний необходимо обращаться к дополнительной литературе. Надо обратить внимание на то, что к каждой теме приведены основные понятия и краткое содержание материала, необходимого для изучения.

Выполнение студентами самостоятельной работы контролируется. Все эти задания, темы рефератов и тесты для контроля знаний студентов можно найти в материалах учебно-методического комплекса в разделе: Фонд оценочных средств.

Одной из форм контроля самостоятельной работы является тест. При подготовке *к тесту* обучающийся должен внимательно изучить материал, предложенный преподавателем и учебно-методическим комплексом (основные термины, вопросы для обсуждения, основную и дополнительную литературу); рассмотреть практические задачи, предложенные к данной теме; еще раз вернуться к теоретическим вопросам для закрепления материала.

Как правило, тесты включает в себя от 10 до 20 заданий. На ознакомление с вопросами и формулирование ответа студенту отводится 20 минут. Студент должен выбрать из предложенных вариантов правильный ответ и подчеркнуть его.

Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов по дисциплине преподаватель руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- умение оперировать понятиями и категориями;
- умение грамотно анализировать факты и возникающие в связи с ними отношения;
- умение самостоятельно толковать источники;
- развитие навыков самостоятельной работы с учебной и научной литературой при решении поставленных задач.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов

получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов получают оценку «неудовлетворительно».

Форма контроля – *реферат, доклад, аналитический обзор*. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

Контрольные работы. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов по дисциплине преподаватель руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы нормативно-правовыми актами, материалами судебной практики, учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать понятиями и категориями;
- умение грамотно анализировать факты и возникающие в связи с ними отношения.

Критерии оценки и шкала оценивания знаний, умений, навыков:

5 БАЛЛОВ (отлично):

- систематизированные, полные знания по всем вопросам;
- свободное владение терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;
- четкое представление о сущности, характере и взаимосвязях понятий и значимых явлений;

- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;
- умение использовать научные достижения дисциплин;
- ориентирование в специальной литературе ;
- знание основных проблем базовых дисциплин.

4 БАЛЛА (хорошо):

- в основном полные знания по всем вопросам;
- владение терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;
- четкое представление о сущности и взаимосвязях значимых явлений;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;

3 БАЛЛА (удовлетворительно):

- фрагментарные знания при ответе;
- владение терминологией;
- не полное представление о сущности и взаимосвязях значимых явлений и процессов;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;

2 БАЛЛА (неудовлетворительно):

- отсутствие знаний и компетенций;
- отсутствие представления о сущности, характере и взаимосвязях значимых явлений;
- неумение владеть терминологией.

6.5. Образовательные технологии

Компетентностные задачи, решаемые в процессе освоения разделов дисциплины «Экономика и менеджмент в СМИ», предполагают широкое использование традиционных и современных форм, методов и технологий обучения, направленных на развитие творческого мышления, овладение методами анализа информации, выявления проблемных областей и нахождения оптимальных вариантов решения, выработку навыков критического оценивания различных точек зрения, четкого изложения и отстаивания собственной позиции в устной и письменной форме, приобретение опыта работы в команде, стимулирование к организации систематической и ритмичной самостоятельной работы по дисциплине, самоанализ, самоконтроль и самооценку.

Лекционный курс основывается на сочетании классических образовательных технологий с элементами проблемного обучения, дискуссии и лекций-практикумов. Часть лекционных занятий проводится с использованием информационных технологий (комплекты слайдов).

На практических занятиях применяются современные образовательные технологии: ролевая игра, метод проектной деятельности с последующей презентацией и защитой проекта, метод мозгового штурма и др.

В рамках освоения дисциплины используются такие образовательные технологии, как:

Круглый стол по теме «Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции» - свободная конференция студентов для непосредственного обсуждения определённых.

- цель обсуждения — обобщить идеи и мнения относительно обсуждаемой проблемы;
- все участники круглого стола выступают в роли пропонентов (должны выразить мнение по поводу обсуждаемого вопроса, а не по поводу мнений других участников); отсутствие набора нескольких ролей характерно не для всех круглых столов;
- все участники обсуждения равноправны; никто не имеет права диктовать свою волю и решения.

Данная модель обсуждения, основываясь на соглашениях, в качестве итогов даёт результаты, которые, в свою очередь, являются новыми соглашениями.

| № п/п | Тема занятия | Вид учебного занятия | Форма / методы активного и интерактивного | Количество часов |
|-------|--------------|----------------------|---|------------------|
|-------|--------------|----------------------|---|------------------|

| | | | | |
|-------|---|---------|--------------|---|
| | | | обучения | |
| 1 | Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции | семинар | Круглый стол | 2 |
| Итого | | | | 2 |

7. Перечень основной и дополнительной литературы

Основная литература

Дробышева Л.А. Экономика, маркетинг, менеджмент (3-е издание) [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дробышева Л.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Дашков и К, 2014.— 150 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/24845>.— ЭБС «IPRbooks», по паролю

Дополнительная литература:

1. Бердышев, С.Н. Информацион-ный маркетинг: практ. пособие [Текст]/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.
2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО[Текст] / С.М. Гуревич.- 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс,2004, 2009. - 296 с
3. Ворошилов В.В.Журналистика [Текст]:учебник: рек. МО РФ / Ворошилов, В.В.; Санкт-Петербург. гос. ун-т сервиса и экономики. -6-е изд., перераб. и доп.- М. : Кнорус, 2009,- 491 с
4. Полукаров В.Л., Разумов Е.А. Экономика телевидения и радиовещания: Учеб.пособие – [Текст] 2-е изд. – М.: Издательско-торговая корпорация. «Дашков и Ко», 2006. – 302 с.
1. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Вартанова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с.
2. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с.
3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.
4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.
5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Вартановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с.
6. Акуленко Н.Б. Экономика предприятия (в схемах, таблицах, расчетах) [Электронный ресурс]: учеб. пособие / Н.Б. Акуленко, А.И. Кучеренко, В.М. Прудников, В.К. Складченко. – М.: Инфра, 2010 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>
- 7.Князева И.В. Антимонопольная политика в России [Электронный ресурс]: учеб. пособие / И.В. Князева. – М.: Омега-Л, 2009 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.
- 8.Колужнова Н.Я. Маркетинг: общий курс [Электронный ресурс]: учеб. пособие / под ред. Н.Я. Колужновой, А.Я. Якобсона. – М.: Омега-Л, 2010 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.
9. Экономика, анализ и планирование на предприятии торговли [Электронный ресурс]: учебник / под ред. А.Н. Соломатина. – СПб.: Питер, 2009 // ЭБС «Книгафонд». – Режим доступа: <http://www.knigafund.ru>.
10. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики: учеб. пособие : доп. УМО/ Е. Г. Калиберда. - М. : Логос, 2008. - 328 с.

8. Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети «Интернет»

URL: <http://www.vggi.ru/> сайт ВгГИ

URL: <http://www.lawpages.narod.ru> (Правовой портал)

URL: <http://www.ur-library.info/> (Российская электронная библиотека)

URL: <http://www.ksrf.ru> (сайт Конституционного Суда РФ)
 URL: <http://www.arbitr.ru> (сайт Высшего Арбитражного Суда РФ)
 URL: <http://www.ict.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Информационно-телекоммуникационные технологии в образовании»
 URL: <http://www.edu.ru/> Федеральный портал «Российское образование»
 URL: http://window.edu.ru/library?p_rubr=2.1 Федеральный образовательный портал «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» / библиотека
 URL: <http://www.law.edu.ru/> Федеральный правовой портал «Юридическая Россия»
 URL: <http://www.humanities.edu.ru/> Федеральный портал «Социально-гуманитарное и политологическое образование»
 URL: <http://www.openet.edu.ru/> Федеральный образовательный портал «Российский портал открытого образования»

9. Перечень информационных технологий, включая перечень программного обеспечения и информационно-справочные системы

СПС «Консультант Плюс» (локальная сеть Института)
 ЭБС «IPRbooks» URL: <http://www.iprbookshop.ru/11020> или локальная сеть Института
 Компьютерная презентация лекций (Power Point)
 Рабочее место, оборудованное компьютером с выходом в сеть Интернет
 Локальная сеть Волгоградского гуманитарного института (учебно-методическая документация)
 Электронная почта студента ВгГИ (_____@vggi.ru)
 Поиск системы: <http://www.yandex.ru/>; <https://www.google.ru/>; <https://mail.ru/>

10. Материально-техническое обеспечение дисциплины

| № п/п | Наименование | Наименование помещения или оборудования |
|-------|---|---|
| 1. | Специализированные аудитории: | Учебный зал судебных заседаний |
| | | Компьютерный класс |
| 2. | Специализированная мебель и оргсредства | – |
| 3. | Специальное оборудование: | – |
| 4. | Технические средства обучения: | Интерактивная доска |
| | | Кинопроектор |
| 5. | Иное | |

11. Методические указания для обучающихся.

Изучение курса «Экономика и менеджмент в СМИ» обусловлено большой как теоретической, так и практической значимостью. Специфический вклад изучения зарубежной литературы в профессиональную подготовку будущего специалиста связан не только с получением новой информации о историко-литературных феноменах и расширением диапазона его мышления, но и формированием особой ориентации этого мышления, которая суммируется в виде установок: на формирование критического отношения к упрощенному и однозначному объяснению литературных явлений; на использование особого метода исследования литературного процесса, отличного от «простого здравого смысла»; на признание существования множества равноправных художественных систем, обуславливающих во многом развитие национальных литератур.

В этой связи представляется важным овладение студентами знаниями в этой области.

Изучение дисциплины заключается в *посещении лекций, семинарских занятий и самостоятельной работы студента.*

Студенты посещают *лекции*, ведут конспекты, дорабатывают их, изучая основную и дополнительную литературу. Целью изучения лекционного материала является формирование у студентов теоретических знаний. Задачами изучения лекционного материала является: усвоение теоретических основ и нормативного материала; выработка умений применения в практической деятельности полученных знаний в этой сфере.

Учитывая специфику преподаваемой дисциплины, задачами, которые стоят перед студентом на лекционных занятиях, является изучение основных коммуникативно-стилистических аспектов речи. Также в соответствии с поставленной задачей студент должен научиться грамотно выражать свои мысли, аргументировать свои доказательства.

Помимо изучения теоретического и законодательного материала студент должен уметь грамотно применить его на практике, знать особенности профессиональных групп общества, их иерархию. Важно также иллюстрировать изученный материал примерами. Это позволит студентам не только лучше усвоить и понять учебный материал, но способствует лучшему запоминанию.

На семинарских занятиях студенты участвуют в обсуждении всех запланированных вопросов, решают практические задачи. Студенты также выполняют различные задания, направленные на глубокое овладение знаниями учебной дисциплины.

Цель проведения семинарских занятий является закрепление теоретического и практического материала, полученного студентом на лекционных занятиях.

Для повышения эффективности подготовки студентов *к семинарскому занятию* рекомендуется следующий порядок ее организации. Сначала изучаются теоретические вопросы по соответствующей теме с проработкой, как конспектов лекций, так и учебников. Особое внимание следует обратить на понимание основных понятий и определений, что необходимо для правильного понимания и решения задач.

Помощь в этом вопросе студенту окажут материалы *учебно-методического комплекса.*

Во-первых, они содержат перечень вопросов, которые рассматривались на лекционном занятии. Если студент по каким-либо причинам не посетил его, к каждой теме дана литература, которая поможет восполнить пробелы.

Во-вторых, материалы учебно-методического комплекса содержат перечень вопросов, которые будут рассматриваться на семинарском занятии. К каждой теме прилагается список основной и дополнительной литературы, изучение которой будет способствовать наиболее полной подготовке к занятию. Студенту необходимо знать, что для подготовки достаточно использовать один из приведенных источников основной литературы. Для расширения познаний необходимо обращаться к дополнительной литературе. Использование дополнительной литературы становится обязательным, если на это прямо указал преподаватель.

В-третьих, материалы учебно-методического комплекса содержат методические рекомендации для подготовки к семинарскому занятию. В первую очередь надо обратить внимание на то, что к каждой теме приведены основные понятия и краткое содержание материала, необходимого для изучения.

В-четвертых, материалы учебно-методического комплекса содержат задачи и ситуации для обсуждения. В целях более глубокого изучения дисциплины, формирования навыков и умений письменного изложения проблемы, студентам предлагается решать задачи письменно.

При подготовке к семинарским занятиям так же следует обратить внимание на следующие моменты:

При решении заданий студент должен использовать следующий алгоритм:

- внимательно прочитать задачу;
- определить, какой изучаемой проблеме посвящено задание;
- изучить основную и дополнительную литературу, лекционный материал;
- определить норму, подлежащую применению для правильного решения задачи;
- привести обоснование своей позиции;

– письменно изложить ответ.

С целью проверки глубины усвоения пройденного материала, а также в рамках подготовки к итоговому контролю (экзамену), студенты выполняют аудиторные контрольные работы и тесты.

При подготовке *к контрольной работе* студент должен использовать следующий алгоритм: внимательно изучить материал, предложенный преподавателем и учебно-методическим комплексом (основные термины, вопросы для обсуждения, основную и дополнительную литературу); рассмотреть практические задания, предложенные к данной теме; еще раз вернуться к теоретическим вопросам для закрепления материала.

При подготовке *к тесту* студент должен внимательно изучить материал, предложенный преподавателем и учебно-методическим комплексом (основные термины, вопросы для обсуждения, основную и дополнительную литературу); еще раз вернуться к теоретическим вопросам для закрепления материала.

Как правило, тесты включает в себя от 10 до 20 заданий. На ознакомление с вопросами и формулирование ответа студенту отводится 20 минут. Студент должен выбрать из предложенных вариантов правильный ответ и подчеркнуть его.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов получают оценку «неудовлетворительно».

Одним из основных методов овладения знаниями является *самостоятельная работа студентов*, объем которой определяется учебно-методическим комплексом в часах для каждой категории студентов по данной специальности. Самостоятельная работа планируется, с учетом расписания занятий и тематического плана по дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ». Проводя самостоятельную работу, студенты опираются на методические советы и рекомендации преподавателя.

Внедрение этой формы обучения, думается, будет способствовать повышению качества образования. Во-первых, за счет того, что каждый студент при личной встрече с преподавателем сможет решить именно те, проблемы, которые возникают у него при изучении материала и реализации изученного на практике. Тогда, как в группе решаются проблемы не доступные пониманию большинству студентов. Во-вторых, повысится уровень самостоятельности студента. Если при проведении группового занятия студент может не принимать активного участия в обсуждении и решении проблемы, или просто соглашаться с решениями, предложенными другими, то, работая самостоятельно, он вынужден будет решать проблему самостоятельно, что в конечном итоге подготовит его к будущей практической деятельности. Студент также сможет самостоятельно планировать время, затрачиваемое им на постановку проблемы, ее решения, и составления отчета для преподавателя, что опять же будет способствовать повышению уровня образования данного студента.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов рекомендуется следующий порядок ее организации. Сначала изучаются теоретические вопросы по соответствующей теме с проработкой основной и дополнительной литературы. Особое внимание следует обратить на понимание основных понятий и определений, что необходимо для правильного понимания и решения задач. Затем нужно самостоятельно разобрать и задания, выясняя в деталях практическое значение выученного теоретического материала. После чего еще раз внимательно прочитать все вопросы теории, попутно решая соответствующие упражнения, приведенные в учебниках.

Помощь в самостоятельной подготовке студенту окажут материалы учебно-методического комплекса. Они содержат перечень вопросов, которые необходимо изучить самостоятельно. К каждой теме прилагается список основной и дополнительной литературы, изучение которой будет способствовать наиболее полной подготовке к занятию. Студенту необходимо знать, что для подготовки достаточно использовать один из приведенных источников основной литературы.

Для расширения познаний необходимо обращаться к дополнительной литературе. Надо обратить внимание на то, что к каждой теме приведены основные понятия и краткое содержание материала, необходимого для изучения.

Выполнение студентами самостоятельной работы контролируется в зависимости от задания в форме проверки конспекта, проверки выполнения индивидуального задания, проведения коллоквиума, проведения компьютерного тестирования, написания рефератов. Все эти задания, а также содержат задачи, темы рефератов и тесты для контроля знаний студентов можно найти в материалах учебно-методического комплекса.

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы с источниками литературы при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать понятиями и категориями литературоведения;
- умение грамотно анализировать произведения литературы;

Критерии оценки и шкала оценивания знаний, умений, навыков:

5 БАЛЛОВ (отлично):

- систематизированные, полные знания по всем вопросам;
- свободное владение литературоведческой терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;
 - умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;
 - умение использовать научные достижения филологических и других связанных с ними дисциплин;
 - ориентирование в специальной литературе.

4 БАЛЛА (хорошо):

- в основном полные знания по всем вопросам;
- владение литературоведческой терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;
 - способность толковать законы и другие нормативные правовые акты, юридически правильно квалифицировать факты и обстоятельства;
 - ориентирование в специальной литературе.

3 БАЛЛА (удовлетворительно):

- фрагментарные знания при ответе;
- владение литературоведческой терминологией;
- умение обосновать излагаемый материал практическими примерами.

2 БАЛЛА (неудовлетворительно):

- отсутствие знаний и компетенций;
- отсутствие представления о сущности, характере и взаимосвязях литературного процесса;
- неумение владеть литературоведческой терминологией.

Завершающей формой контроля изучения курса «Экономика и менеджмент в СМИ» является *экзамен*. Вопросы к экзамену содержатся в учебно-методическом комплексе

дисциплины. При подготовке к экзамену студент должен руководствоваться следующими положениями:

- определить к какой из изученных тем относится вопрос;
- при помощи учебно-методического комплекса определить объем содержания данного вопроса;
- изучить основные положения данного вопроса, используя конспекты лекций, основную и дополнительную литературу, указанную в материалах учебно-методического комплекса

В результате использования форм обучения, рассмотренных выше, студенты должны получить комплексные знания об исторических этапах развития зарубежной литературы, литературных процессах, литературных направлениях, родах и жанрах литературы, изобразительно-выразительных средствах, используемых в произведениях зарубежной литературы, уметь применять полученные знания в процессе практической деятельности, грамотно проводить литературоведческий анализ произведений зарубежной литературы. Студенты должны комплексно подходить к решению поставленных проблем и быть самостоятельными в принятии решений.

**Автономная некоммерческая организация
высшего образования
«ВОЛГОГРАДСКИЙ ГУМАНИТАРНЫЙ ИНСТИТУТ»**

Кафедра менеджмента

**Рассмотрено и утверждено
на заседании кафедры**

**Фонд оценочных средств
Экономика и менеджмент в СМИ**

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, шкала оценивания

| Наименование и код формируемой и контролируемой компетенции | Этапы формирования компетенции (разделы, темы дисциплины, изучение которых формирует компетенцию)* | Показатели оценивания (знания, умения, навыки) |
|--|--|---|
| <p>способность 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)</p> | <p>Экономические принципы журналистской деятельности Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ Планирование производства продукции СМИ. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции Управление редакционным коллективом.</p> | <p>Знать: основы менеджмента в СМИ, структуру и особенности глобального информационного рынка; экономические принципы работы СМИ в разных странах, технологию продвижения публикаций СМИ, виды медиапредприятий и модели их развития, специфических особенностях медиаменеджмента; 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 предприятия в сфере периодической печати, аудиовизуальных и электронных СМИ.</p> |
| | <p>Финансовая политика редакции Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании</p> | <p>Уметь: 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, ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.); Составлять концепцию бизнес-плана редакции и стратегию маркетинга и брендинга для СМИ; проводить анализ рынка, планировать подписные и рекламные кампании, систему распространения</p> |

| | |
|--|--|
| | <p>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: учета экономической составляющей в своей профессиональной деятельности, структуры и особенностей глобального информационного рынка; экономические принципы работы СМИ в разных странах, методами применения менеджерских функций в рамках должностных обязанностей; 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> |

*Наименование темы, раздела или тем, разделов берется из рабочей программы дисциплины.

К разделам № 1 (устный ответ, активные и интерактивные формы, зачет)

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|------------------|--|
| отлично | <p>Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки:</p> <p>систематизированные, полные знания по всем вопросам, входящим в показатель «знать» соответствующей компетенции;</p> <p>свободное владение литературоведческой терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы;</p> <p>четкое представление о сущности, характере и взаимосвязях литературных понятий и литературных процессов;</p> <p>способность применять приемы герменевтики при толковании литературных произведений;</p> <p>умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;</p> <p>умение использовать научные достижения филологических и других связанных с ними дисциплин;</p> <p>ориентирование в специальной литературе;</p> |

| | |
|---------------------|--|
| | <p>знание основных проблем литературоведения и истории литературы. свободное владение приемами литературоведческого анализа произведений; Имеет навыки: проведения литературоведческого и сравнительного анализа произведений литературы.</p> |
| хорошо | <p>Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки: в основном полные знания по всем вопросам тем, формирующим компетенцию; свободное владение литературоведческой терминологией, стилистически грамотное, логически правильное изложение ответов на вопросы; четкое представление о сущности, характере и взаимосвязях литературных понятий и литературных процессов; способность применять приемы герменевтики при толковании литературных произведений; ориентирование в специальной литературе; знание основных проблем литературоведения и истории литературы. свободное владение приемами литературоведческого анализа произведений; Имеет навыки: проведения литературоведческого и сравнительного анализа произведений литературы.</p> |
| удовлетворительно | <p>Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки: фрагментарные знания при ответе; владение литературоведческой терминологией; неполное представление о сущности, характере и взаимосвязях литературных понятий и литературных процессов; способность применять приемы герменевтики при толковании литературных произведений; ориентирование в специальной литературе; знание основных проблем литературоведения и истории литературы. свободное владение приемами литературоведческого анализа произведений; Имеет навыки: проведения литературоведческого и сравнительного анализа произведений литературы.</p> |
| неудовлетворительно | <p>Выставляется студенту, если он продемонстрировал: отсутствие знаний и умений; отсутствие представления о сущности, характере и взаимосвязях литературных понятий и литературных процессов; неумение владеть литературоведческой терминологией; отсутствие сформированных навыков; отсутствие сформированной компетенции</p> |
| Зачтено | <p>Выставляется студенту, если он проявил следующие знания, умения, навыки: фрагментарные знания при ответе; владение литературоведческой терминологией;</p> |

| | |
|------------|--|
| | <p>неполное представление о сущности, характере и взаимосвязях литературных понятий и литературных процессов;</p> <p>умение обосновать излагаемый материал практическими примерами;</p> <p>способность применять приемы герменевтики при толковании литературных произведений;</p> <p>ориентирование в специальной литературе;</p> <p>знание основных проблем литературоведения и истории литературы.</p> <p>свободное владение приемами литературоведческого анализа произведений;</p> <p>Имеет навыки: проведения литературоведческого и сравнительного анализа произведений литературы.</p> |
| Не зачтено | <p>Выставляется студенту, если он продемонстрировал:</p> <p>отсутствие знаний и умений;</p> <p>отсутствие представления о сущности, характере и взаимосвязях литературных понятий и литературных процессов</p> <p>неумение владеть литературоведческой терминологией;</p> <p>отсутствие сформированных навыков</p> |

К разделам № 1 (реферат, доклад)

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|------------------|--|
| отлично | <p>выставляется студенту, если</p> <p>реферат оформлен в соответствии с предъявляемыми требованиями;</p> <p>тема раскрыта полностью;</p> <p>студентом освещена актуальность темы, цели и задачи, научна и практическая значимость, сформулированы методы, нормативная и туристическая база;</p> <p>в реферате исследуются проблемы теоретического и (или) практического характера;</p> <p>в реферате делаются аргументированные и обоснованные выводы по исследуемым проблемам;</p> <p>студент аргументировано ответил на все вопросы, заданные при обсуждении доклада.</p> <p>развиты навыки самостоятельного научного поиска необходимой литературы;</p> <p>развиты навыки самостоятельной работы с источниками литературы, учебной и научной литературой при решении поставленных задач</p> <p>развиты навыки научного анализа материала и его изложения;</p> <p>выработаны умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;</p> <p>развиты умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;</p> <p>закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.</p> |
| хорошо | <p>выставляется студенту, если:</p> <p>заявленная тема раскрыта полностью;</p> <p>в реферате исследуются проблемы теоретического и (или) практического</p> |

| | |
|---------------------|--|
| | <p>характера; студент ответил на большинство вопросов, заданных в процессе обсуждения доклада. развиты навыки самостоятельного научного поиска необходимой литературы; развиты навыки самостоятельной работы с источниками литературы, учебной и научной литературой при решении поставленных задач развиты навыки научного анализа материала и его изложения; выработаны умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их; развиты умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме; закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.</p> |
| удовлетворительно | <p>выставляется студенту, если: заявленная тема раскрыта не полностью; неправильно оформлен научный аппарат; студент не ответил на большинство вопросов, заданных в процессе обсуждения доклада; в работе использовалось менее 3-х источников. развиты навыки самостоятельного научного поиска необходимой литературы; развиты навыки самостоятельной работы с источниками литературы, учебной и научной литературой при решении поставленных задач; развиты умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;</p> |
| неудовлетворительно | <p>выставляется студенту, если: заявленная тема не раскрыта; рецензент доказал академическую недобросовестность студента (плагиат). не сформирована компетенция</p> |

К разделам № 1 (тест)

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| отлично | студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов получают оценку «отлично». |
| хорошо | студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов получают оценку «хорошо». |
| удовлетворительно | студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов получают оценку «удовлетворительно». |
| неудовлетворительно | студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов получают оценку «неудовлетворительно». |

К разделам № 1-6 (контрольная работа)

| Шкала оценивания | Критерии оценивания |
|---------------------|---|
| отлично | ответ полный, правильный, понимание материала глубокое, основные умения сформированы и устойчивы; изложение логично, доказательно, выводы и обобщения точны и связаны с явлениями жизни, с областью будущей специальности; использование литературоведческой терминологии правильное, практическая ситуация решена правильно; |
| хорошо | ответ удовлетворяет вышеназванным требованиям, но изложение недостаточно систематизировано, отдельные умения недостаточно устойчивы, в определении понятий, в выводах и обобщениях имеются отдельные неточности, легко исправимые с помощью дополнительных вопросов преподавателя, практическая ситуация решена правильно |
| удовлетворительно | ответ обнаруживает понимание основных положений излагаемого материала, однако наблюдается значительная неполнота знаний; определение понятий нечеткое, умения сформированы недостаточно, выводы и обобщения аргументированы слабо, в них допускаются ошибки; в решении практической ситуации имеются грубые недостатки; |
| неудовлетворительно | ответ неправильный, показывает незнание основного материала, грубые ошибки в определении понятий, неумение работать источниками, практическая ситуация не решена или решена, но не правильно. |

Типовые контрольные задания и иные материалы

| Наименование и код формируемой и контролируемой компетенции | Этапы формирования компетенции (разделы, темы дисциплины, изучение которых формирует компетенцию)* | Вид оценочного средства (контрольное задание (тесты, рефераты и проч.), позволяющее провести контроль знаний, умений, навыков) |
|---|--|--|
| | | |

| | | |
|--|---|--|
| <p>способность 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)</p> | <p>Экономические принципы журналистской деятельности Редакционно-издательский маркетинг. Методы маркетинга СМИ Планирование производства продукции СМИ. Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции Управление редакционным коллективом. Финансовая политика редакции Бизнес-план редакции СМИ. Реклама в периодическом издании</p> | <p>Дискуссия. Тест. Подготовка рефератов</p> |
|--|---|--|

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ

Тесты для промежуточного контроля знаний

Правила тестирования: Студент должен выбрать из предложенных вариантов правильный ответ и подчеркнуть его.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов, получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов, получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов, получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов, получают оценку «неудовлетворительно».

1. Средства массовой информации – это:

а) социальные институты, к которым относятся: пресса, издательства, агентства печати, радио, телевидение и т.д., обеспечивающие сбор, обработку и распространение информации в массовом масштабе (массовой информации);

б) совокупность каналов неличной коммуникации, используемых компаниями с целью воздействия на массовую потребительскую аудиторию. Систематическое распространение информации с целью утверждения духовных ценностей данного общества и оказания идеологического, политического, экономического и организационного воздействия на оценки, мнения и поведение людей;

в) совокупность неформальных, не имеющих официальных рамок вербальных

общественных коммуникаций, сообщения в которых передаются по цепочке, из уст в уста, являются значимым средством коммуникации в PR, т. к. им присущи самотранслируемость, высокая скорость распространения, повышенный уровень эмоциональной окраски.

2. Журналистская информация – это:

а) сфера человеческой деятельности, функция которой – выработка и теоретическая систематизация объективных знаний о действительности; одна из форм общественного сознания; включает как деятельность по получению нового знания, так и ее результат – сумму знаний, лежащих в основе научной картины мира; обозначение отдельных отраслей научного знания;

б) информация, собираемая впервые для какой-либо конкретной цели, с использованием специальных исследовательских приемов и процедур;

в) *социальная информация, обработанная особым образом;*

г) создание информационных поводов с целью увеличения известности и популярности в коммерческой, политической сфере.

3. К рынку ресурсов не относится:

а) финансовый рынок;

б) *рынок покупателей;*

в) рекламный рынок;

г) рынок информации.

4. Мировой информационный рынок включает в себя все ниже перечисленные рынки, кроме:

а) американский информационный рынок;

б) европейский информационный рынок;

в) *глобальный информационный рынок;*

г) информационный рынок других стран.

5. Наиболее сильно периодические издания зависят от колебания цен на:

а) целлофан;

б) магнитную ленту;

в) типографскую краску;

г) **бумагу.**

6. К средствам массовой информации можно отнести все ниже перечисленные типы, кроме:

а) пресса;

б) телевидение;

в) радио;

г) информационные агентства;

д) *базы данных.*

7. Информационный рынок развивается и функционирует по всем ниже перечисленным законам, кроме:

а) *закон экономического регулирования;*

б) закон соответствия спроса и предложения;

в) закон стоимости;

г) закон воспроизводительного потребления.

8. К внешней среде прямого воздействия относится:

- а) география;
- б) конкуренты;
- в) политика;
- г) экономика.

9. К внешней среде косвенного воздействия относится:

- а) банки;
- б) капитал, ресурсы;
- в) организационная структура;
- г) право.

10. Что такое основной капитал на предприятии СМИ?

- а) Часть производственных фондов, вещественные элементы которых расходуются в каждом производственном цикле и их стоимость переносится на продукт целиком и сразу;
- б) Часть производительного капитала, стоимость которой полностью переносится на произведенный товар и возвращается к его владельцу в денежной форме сразу по мере продажи того товара, в цену которого была заложена стоимость оборотного капитала;
- в) *Капитал, который возвращается к собственнику в денежной форме после реализации товара в той мере, в какой его стоимость была перенесена на производимый продукт. Издержки на основной капитал списываются постепенно, частями.*

11. Основные производственные фонды не включают в себя:

- а) полуфабрикаты;
- б) инструменты и приспособления, которые не могут быть списаны в течение одного года;
- в) оборудование;
- г) здания.

12. При какой форме оплаты труда работника СМИ за основу берется количество выполненной работы по установленным расценкам за единицу продукции (например, плата «за строчку», за сверстанную полосу)?

- а) сдельная форма оплаты труда;
- б) бестарифная система оплаты труда;
- в) повременная оплата труда;
- г) система должностных окладов

13. Ликвидность предприятия СМИ – это:

- а) способность предприятия реализовывать выпущенную продукцию;
- б) способность предприятия получать кредиты;
- в) *способность предприятия в любой момент платить по своим обязательствам;*
- г) способность предприятия самоликвидироваться.

14. Выберите верную формулу рентабельности предприятия СМИ:

- а) $P = Z/\Pi \times 100\%$
- б) $P = \Pi/Z \times 100\%$
- в) $P = \frac{\Pi}{Z} \times 100\%$
- г) $P = \frac{Z}{\Pi}$

100%

15. Регистрация СМИ не требуется, если его тираж составляет:

- а) менее 10 000 экземпляров;
- б) менее 10 экземпляров;
- в) менее 100 экземпляров;
- г) *менее 1000 экземпляров.*

16. Какой правовой акт Российской Федерации регулирует отношения между учредителем, издателем и редакцией:

- а) Гражданский кодекс РФ;
- б) Закон РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации»;
- в) Уголовный кодекс РФ;
- г) *ФЗ «О СМИ».*

17. Выберите СМИ, в основе которого лежит иностранный капитал:

- а) «Труд»;
- б) «Ведомости»;
- в) «Российская газета»;
- г) «Известия».

18. К издательским расходам относятся:

- а) *литературный гонорар;*
- б) бюджет маркетинга;
- в) представительские расходы;
- г) оплата командировочных журналистам.

19. К общередакционным расходам редакции не относятся:

- а) *оплата типографских работ;*
- б) оплата телефонной связи и Интернет;
- в) транспортные расходы;
- г) заработная плата работникам редакции СМИ;
- д) страхование жизни журналистов.

20. Метод, не используемый в распространении периодического издания:

- а) подписка;
- б) продажа издания в розницу;
- в) оптовая продажа тиража;
- г) *почтовая рассылка.*

Тесты

для рубежного контроля знаний

Правила тестирования: Студент должен выбрать из предложенных вариантов правильный ответ и подчеркнуть его.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов, получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов, получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов, получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов, получают оценку «неудовлетворительно».

Тест 1.

- 1) Когда возникает информационный рынок?
 - a. когда появляются агенты, имеющие новую информацию;
 - b. когда у людей появляются информационные потребности;
 - c. когда появляются журналисты.

- 2) Какова основная цель редакционно-издательского маркетинга?
 - a. удовлетворение информационных потребностей и запросов аудитории периодического издания;
 - b. увеличение тиража периодического издания;
 - c. максимальная реализация запланированного тиража издания.

- 3) Что такое стратегическое планирование издания?
 - a. это перспективное планирование издательства;
 - b. это планирование с учетом изменений факторов внешней и внутренней среды издательства
 - c. это долгосрочное планирование.

- 4) Что такое макросреда редакции?
 - a. это такие факторы внешней среды, которые оказывают опосредованное влияние на конъюнктуру информационного рынка (экономические, демографические, социальные, политические и т.п. условия);
 - b. это любые факторы, не относящиеся к деятельности редакции;
 - c. это глобальные факторы, не относящиеся к деятельности организации.

- 5) Что такое микросреда редакции?
 - a. микросреда - это внутренняя среда редакции (персонал, материально-техническая база, финансовые ресурсы);
 - b. это такие факторы внешней среды, которые оказывают непосредственное воздействие на деятельность издания (конкуренты, поставщики, потребители, каналы распространения);
 - c. это другие издания, которые составляют конкуренцию.

- 6) Что является финансовой базой для издания;
 - a. прибыль;
 - b. уставной капитал;

с. дотации.

7) Какова основная цель тиражной политики издания?

- a. увеличение тиража издания;
- b. определение оптимального тиража издания;
- c. минимизация расходов на издание.

8) Какой источник является наиболее существенным для доходной части бюджета редакции;

- a. размещение рекламы на страницах издания;
- b. доходы от тиража;
- c. дополнительная коммерческая деятельность.

9) Каким образом определяется цена издания?

- a. на основе всех расходов, затраченных на производство печатного издания;
- b. на основе экономических возможностей покупателя;
- c. на основе цены согласия между производителем и потребителем.

10) Что такое прибыль редакции?

- a. это средства, полученные от реализации тиража;
- b. это средства, полученные после вычитания всех расходов из суммы всех доходов издательства;
- c. это средства, полученные от рекламы.

Тест 2.

1) Какова основная цель редакционного менеджмента?

- a. обеспечение существования периодического издания путем формирования и укрепления экономической, финансовой базы;
- b. увеличение тиража издания;
- c. увеличение штата сотрудников.

2) Для каких целей составляется бизнес-план редакции?

- a. для повышения творческого потенциала коллектива редакции;
- b. для определения целей, форм и методов решения, стоящих перед коллективом задач;
- c. для отчетности перед налоговыми службами.

3) Какой документ необходимо разработать для подачи заявки на получение гранта?

- a. бизнес-план проекта;
- b. финансовый отчет редакции за последний год;
- c. приглашение на заседании редакционной коллегии.

4) Какие основные моменты должны быть отражены в разделе График работы бизнес-плана?

- a. планируемые доходы и расходы по проекту;
- b. запланированные мероприятия, сроки и исполнители;
- c. материально-техническая база организации

5) Какие статьи расходов должны быть отражены в разделе Штатное расписание бизнес-плана?

- a. заработная плата сотрудников редакции;

- b. гонорары фрилансеров;
- c. премии, пособия и другие выплаты.

б) Каталожная цена – это:

- a. стоимость услуг распространителя;
- b. цена, по которой редакция отдает газету тому, кто берется ее распространять по подписке, каталогу (например, почте);
- c. цена, по которой розничный торговец покупает товар у оптовика;
- d. цена, устанавливаемая на газеты, распространяемые через сеть розничной продажи.

7) Объем рекламы в изданиях, не специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, должен составлять не более:

- a. 50%;
- b. 20%;
- c. 40%;
- d. 35%.

8) В радиопрограммах, не зарегистрированных в качестве средств массовой информации и специализирующихся на сообщениях и материалах рекламного характера, продолжительность рекламы не может превышать ___ процентов времени вещания в течение суток:

- a. 50%;
- b. 20%;
- c. 40%;
- d. 35%.

9) Общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы, прерывания телепрограммы рекламой и совмещения рекламы с телепрограммой способом «бегущей строки» или иным способом ее наложения на кадр телепрограммы не может превышать ___ процентов времени вещания в течение часа.

- a. 15%;
- b. 40%;
- c. 20%;
- d. 50%.

10) К непрофильной деятельности редакции СМИ относится:

- a. выпуск очередного номера, радио- и телепрограммы;
- b. подготовка журналистских текстов: статей, заметок, интервью;
- c. производство книжной продукции;
- d. выпуск тематических приложений.

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
3. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ.
4. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
5. Активы медиа-бизнеса. Основные и оборотные фонды предприятия – редакции СМИ.
6. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
7. Бизнес-план редакции, его свойства, назначение и типология.
8. Редакция СМИ как организация, ее структура и штатное расписание.
9. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции. Практика регулярного менеджмента.
10. Бизнес-план редакции, его структура.
11. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг.
12. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
13. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
14. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
15. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
16. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
17. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
18. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
19. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
20. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
21. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
22. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ. Маркетинговый и рекламный бюджет.
23. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
24. Понятие и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
25. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
26. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.
27. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
28. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
29. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
30. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
31. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
32. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
33. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
34. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
35. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.

36. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
37. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в Беларуси, виды налогов и внебюджетные фонды.
38. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
39. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
40. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
41. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
42. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции. Баланс и отчетность: основные формы.
43. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
44. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
45. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
46. Общередакционные и издательские расходы в структуре затрат редакции.

РЕФЕРАТЫ

1. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
2. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
3. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
4. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
5. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
6. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ. Маркетинговый и рекламный бюджет.
7. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
8. Понятие и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
9. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
10. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.
11. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
12. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
13. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
14. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
15. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
16. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
17. Понятие логистики и ее применение в СМИ.

.

1.4. **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков**

Основными функциями процедуры оценивания являются: ориентация образовательного процесса на достижение планируемых результатов освоения основной образовательной программы высшего образования и обеспечение эффективной обратной связи, позволяющей осуществлять управление образовательным процессом.

При проведении аттестации студентов важно помнить, что систематичность, объективность, аргументированность – главные принципы, на которых основаны контроль и оценка знаний, умений, навыков студентов. Проверка, контроль и оценка знаний, умений, навыков студента, требуют учета его индивидуального стиля в осуществлении учебной деятельности. Знание критериев оценки знаний обязательно для преподавателя и студента.

Критерии, формы и процедуры оценивания должны быть одинаково понятны всем обучающимся. Студенты должны быть заранее информированы о том, какие их образовательные результаты будут оцениваться, и в какой форме будет проходить оценивание. Оценивание должно быть своевременным. Оценивание должно быть эффективным.

Процедура оценки включает: использование персонифицированных процедур аттестации обучающихся и неперсонифицированных процедур оценки состояния и тенденций развития системы образования;

Система оценки результатов и качества образования включает в себя следующие оценочные процедуры: оценку стартовых возможностей обучающегося (входных знаний для изучения дисциплины); оценку индивидуального прогресса обучающегося в ходе непосредственного образовательного процесса (изучения дисциплины); оценку промежуточных результатов обучения по дисциплине.

Для того чтобы процедура оценивания стимулировала достижение образовательного результата (приобретение компетенции), преподаватель должен:

- определять цели обучения, образовательные результаты темы, раздела, курса и формулировать их языком, понятным обучающимся;
- разъяснять обучающимся цели обучения и способы проверки результатов достижения указанных целей;
- подбирать или создавать задания для проверки достижения сформулированных образовательных результатов;
- регулярно комментировать результаты обучающихся, давать советы с целью их улучшения;
- менять техники и технологии обучения в зависимости от достигнутых обучающимися образовательных результатов;
- учить обучающихся принципам самооценки и способам улучшения собственных результатов;
- предоставлять обучающимся возможности улучшить свои результаты до выставления окончательной отметки;
- осознавать, что оценивание посредством отметки резко снижает мотивацию и самооценку обучающихся.
- разделять ответственность за результаты обучения со студентом.

Процедуры оценки по дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ» включают: ролевые игры, написание тестов, подготовку рефератов, мониторинг сформированности основных знаний, умений, навыков.

Таблица контроля формирования знаний, умений, навыков

| Формы контроля | Элементы контроля |
|--|--------------------------|
| Фронтальный опрос | Знания |
| Самоконтроль | Знания |
| Взаимоконтроль | Знания |
| Самостоятельная работа | Знания, умения |
| Презентации | Знания, умения |
| Практическая работа | Знания, умения, навыки |
| Реферат | Знания, умения, навыки |
| Ролевые деловые игры, дискуссии, круглые столы | Знания, умения, навыки |
| Тест | Знания, умения, навыки |
| Зачет, экзамен | Знания, умения, навыки |

Процедура оценивания качества предметных результатов студентов по дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ»:

- Включенное наблюдение и фиксация его результатов,
- Контрольная работа на основе комплекта заданий и фиксация ее результатов,
- Устный опрос и фиксация его результатов,
- Самостоятельная работа и фиксация ее результатов,
- Беседа и фиксация ее результатов,
- Дискуссия (например, в учебном форуме) и фиксация ее результатов,
- Устный зачет и фиксация его результатов,
- Защита реферата и фиксация результатов,
- Письменная работа и фиксация ее результатов,
- Презентация (электронные и бумажные продукты) и фиксация ее результатов,
- Написание отзывов, рецензий и фиксация их результатов,
- Тестирование и фиксация его результатов

Алгоритм процедуры оценивания преподавателем:

- полнота и конкретность ответа;
- последовательность и логика изложения;
- связь теоретических положений с практикой;
- обоснованность и доказательность излагаемых положений;
- наличие качественных и количественных показателей;
- наличие иллюстраций к ответам в виде примеров и пр.;
- уровень культуры речи;
- использование наглядных пособий и т. п.
- качество подготовки;
- степень усвоения знаний;
- активность;
- положительные стороны в работе студентов;
- ценные и конструктивные предложения;
- недостатки в работе студентов;
- задачи и пути устранения недостатков.

Алгоритм процедуры самооценки студента:

- какова цель и что нужно было получить в результате?
- удалось получить результат? Найдено решение, ответ?
- справился полностью правильно или с ошибкой? Какой, в чём?

– справился полностью самостоятельно или с помощью (кто помогал, в чём)?

Этапы процедуры оценивания:

Что оценивается. Оценивается любое успешное, действие, оценкой фиксируется только решение полноценной задачи.

Как оценивать. За каждую учебную задачу или группу заданий — задач, показывающих овладение отдельным знанием, умением, навыком — ставится отдельная отметка.

Параметры оценивания. Оценка знаний, умений, навыков студента определяется по шкале оценивания, определённой в настоящей учебной программе.

Фиксация результатов. Формы представления образовательных результатов:

- ведомости успеваемости по предметам;
- тексты контрольных работ, тестов и проч., и анализ их выполнения обучающимся;
- журнал;
- индивидуальный учебный план (при наличии);
- зачетная книжка.

Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний, умений и навыков студентов по дисциплине преподаватель руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
 - развитие навыков самостоятельной работы с источниками литературы при решении поставленных задач;
 - развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
 - развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
 - закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать понятиями и категориями литературоведения;
- умение грамотно анализировать произведения литературы;

При подготовке *к тесту* студент должен внимательно изучить материал, предложенный преподавателем и учебно-методическим комплексом (основные термины, вопросы для обсуждения, основную и дополнительную литературу); еще раз вернуться к теоретическим вопросам для закрепления материала.

Как правило, тесты включает в себя от 10 до 20 заданий. На ознакомление с вопросами и формулирование ответа студенту отводится 20 минут. Студент должен выбрать из предложенных вариантов правильный ответ и подчеркнуть его.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более процентов получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов получают оценку «неудовлетворительно».

Одним из основных методов овладения знаниями является *самостоятельная работа студентов*, объем которой определяется учебно-методическим комплексом в часах для каждой категории студентов по данной специальности. Самостоятельная работа планируется, с учетом расписания занятий и тематического плана по дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ». Проводя самостоятельную работу, студенты опираются на методические советы и рекомендации преподавателя.

Внедрение этой формы обучения, думается, будет способствовать повышению качества образования. Во-первых, за счет того, что каждый студент при личной встрече с преподавателем сможет решить именно те, проблемы, которые возникают у него при изучении материала и реализации изученного на практике. Тогда, как в группе решаются проблемы не доступные пониманию большинству студентов. Во-вторых, повысится уровень самостоятельности студента. Если при проведении группового занятия студент может не принимать активного участия в обсуждении и решении проблемы, или просто соглашаться с решениями, предложенными другими, то, работая самостоятельно, он вынужден будет решать проблему самостоятельно, что в конечном итоге подготовит его к будущей практической деятельности. Студент также сможет самостоятельно планировать время, затрачиваемое им на постановку проблемы, ее решения, и составления отчета для преподавателя, что опять же будет способствовать повышению уровня образования данного студента.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студентов рекомендуется следующий порядок ее организации. Сначала изучаются теоретические вопросы по соответствующей теме с проработкой основной и дополнительной литературы. Особое внимание следует обратить на понимание основных понятий и определений, что необходимо для правильного понимания и решения задач. Затем нужно самостоятельно разобрать и задания, выясняя в деталях практическое значение выученного теоретического материала. После чего еще раз внимательно прочитать все вопросы теории, попутно решая соответствующие упражнения, приведенные в учебниках.

Помощь в самостоятельной подготовке студенту окажут материалы учебно-методического комплекса. Они содержат перечень вопросов, которые необходимо изучить самостоятельно. К каждой теме прилагается список основной и дополнительной литературы, изучение которой будет способствовать наиболее полной подготовке к занятию. Студенту необходимо знать, что для подготовки достаточно использовать один из приведенных источников основной литературы. Для расширения познаний необходимо обращаться к дополнительной литературе. Надо обратить внимание на то, что к каждой теме приведены основные понятия и краткое содержание материала, необходимого для изучения.

Выполнение студентами самостоятельной работы контролируется в зависимости от задания в форме проверки конспекта, проверки выполнения индивидуального задания, проведения коллоквиума, проведения компьютерного тестирования, написания рефератов. Все эти задания, а также содержат задачи, темы рефератов и тесты для контроля знаний студентов можно найти в материалах учебно-методического комплекса.

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбалльной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
 - развитие навыков самостоятельной работы с источниками литературы при решении поставленных задач;
 - развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
 - развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
 - закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать понятиями и категориями литературоведения;
- умение грамотно анализировать произведения литературы.

Студенты, давшие в результате 80 % и более правильных ответов получают оценку «отлично». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 60 % и более

процентов получают оценку «хорошо». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на 50 % и более процентов получают оценку «удовлетворительно». Студенты, давшие в результате опроса правильные ответы на менее 50 % вопросов получают оценку «неудовлетворительно».

Форма контроля – *реферат, доклад*. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы с источниками литературы, учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

Контрольные работы. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов по дисциплине преподаватель руководствуется, прежде всего, следующими критериями:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
- развитие навыков самостоятельной работы нормативно-правовыми актами, материалами судебной практики, учебной и научной литературой при решении поставленных задач;
- развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
- выработка умения самостоятельного выделения из всей найденной информации основных аспектов раскрывающих суть темы реферата и анализа их;
- развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
- закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.

Оценка знаний, умений и навыков (компетенций) при интерактивных формах занятий. Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Знания оцениваются по четырехбальной системе: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

При оценивании знаний и умений студентов учитываются следующие критерии:

- развитие навыков самостоятельного научного поиска необходимой литературы;
 - развитие навыков самостоятельной работы с источниками литературы при решении поставленных задач;
 - развитие навыков научного анализа материала и его изложения;
 - развитие умения излагать изучаемый материал в краткой по объему и емкой по содержанию форме;
 - закрепление знаний по выбранной теме при работе с дополнительными источниками.
- умение оперировать понятиями и категориями литературоведения;
- умение грамотно анализировать произведения литературы.