



МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования**

«ИРКУТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

ФГБОУ ВО «ИГУ»

Отделение ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИФИЯМ ИГУ М. Б. Гапилькова

«27» февраля 2025 г.

Рабочая программа дисциплины

**ФТД.01 АНАЛИЗ МЕДИАРЫНКА И ЭФФЕКТИВНОСТИ
МЕДИАПРЕДПРИЯТИЙ**

Направление подготовки **42.04.02 Журналистика**

Направленность (профиль) подготовки
Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства

Квалификация выпускника - **магистр**

Форма обучения **очная**

*(программа реализуется с частичным использованием электронного обучения и
дистанционных образовательных технологий)*

Согласовано с УМК института Протокол №6 от «27» февраля 2025 г. Председатель _____ О. Л. Михалева	Рекомендовано отделением ВШЖМ ИФИЯМ ИГУ Протокол №6 от «21» февраля 2025 г. Руководитель отделения _____ А. В. Гимельштейн
---	---

Иркутск 2025 г.

- I. Цели и задачи дисциплины (модуля)
- II. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПОП.
- III. Требования к результатам освоения дисциплины (модуля)
- IV. Содержание и структура дисциплины
 - 4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов
 - 4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
 - 4.3 Содержание учебного материала
 - 4.3.1 Перечень семинарских, практических занятий, лабораторных работ, план самостоятельной работы студентов, методические указания по организации самостоятельной работы студентов
 - 4.3.2 Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов
 - 4.4 Методические указания по организации самостоятельной работы студентов
 - 4.5 Примерная тематика курсовых работ (проектов) (при наличии)
- V. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)
 - а) перечень литературы
 - б) периодические издания (указать при необходимости)
 - в) список авторских методических разработок (указать при наличии)
 - г) базы данных, поисково-справочные и информационные системы
- VI. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)
 - 6.1. Учебно-лабораторное оборудование:
 - 6.2. Программное обеспечение:
 - 6.3. Технические и электронные средства обучения:
- VII. Образовательные технологии
- VIII. Оценочные материалы для текущего контроля и промежуточной аттестации

I. Цели и задачи дисциплины (модуля):

Цели и задачи дисциплины (модуля): Целью освоения курса «Анализ медиарынка и эффективности медиапредприятий» является ознакомление студентов с основами теории экономики СМИ. Задачи:

- Изучение понятий медиаэкономики, рынка СМИ, его структуры и инфраструктуры,
- Ознакомление с основными закономерностями, функциями, целями и основами деятельности медиапредприятия,
- Изучение факторов производства в медиабизнесе: основные средства, оборотные средства, трудовые и финансовые ресурсы;
- Изучение сущности экономической эффективности медиапредприятия.

II. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОПВО

Место дисциплины в структуре ОПОП: Дисциплина «Анализ медиарынка и эффективности медиапредприятий» изучается как факультативная дисциплина первого семестра первого курса. Дополняет параллельно изучаемые дисциплины: «Современные теории массовой коммуникации», «Современные медиасистемы и медиаэкономика», «Коммуникационный менеджмент», «Информационно-коммуникационные технологии в журналистике». Последующие дисциплины: «Теория и практика медиаисследований», «Управление инвестиционной привлекательностью», «Медиамаркетинговые исследования».

III. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование компетенций (элементов следующих компетенций) в соответствии с ФГОС ВО по данному направлению подготовки (специальности) 42.04.02. "Журналистика":

Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция	Индикаторы компетенций	Результаты обучения
УК-1 Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИДКУК1.1 Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи между ними	<i>Знать:</i> виды, методы и концепции критического анализа. <i>Уметь:</i> критически оценивать и анализировать проблемные ситуации. <i>Владеть:</i> навыками критического анализа, необходимого для решения поставленных задач
	ИДКУК1.2 Критически оценивает надежность источников информации, отражающих проблемные ситуации, работает с противоречивой информацией из разных источников	<i>Знать:</i> методологию системного подхода для оценивания источников информации. <i>Уметь:</i> применять виды, методы и концепции критического анализа при выработке плана действий в проблемных ситуациях

		<i>Владеть:</i> навыками определения основных принципов критического анализа, определяющими цель и стратегию решения сложных ситуаций для применения их в профессиональной деятельности.
<i>ПК-6</i>	<i>ИДК_{ПК6}</i>	<i>Знать:</i> источники информации, необходимые для подготовки экономического медиаконтента. <i>Уметь:</i> выполнять различные виды редакционной работы с целью создания медийных проектов повышенной сложности <i>Владеть:</i> методами экономического анализа информации

IV. СОДЕРЖАНИЕ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 1 зачетная единица, 36 часов,

Форма промежуточной аттестации: зачет

4.1 Содержание дисциплины, структурированное по темам, с указанием видов учебных занятий и отведенного на них количества академических часов

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости; Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Контактная работа преподавателя с обучающимися			Самостоятельная работа	
			Лекции	Семинарские (практические занятия)	Консультации		
1	Средства массовой информации как субъект рынка	1		2		2	Контрольная работа
2	Предпринимательство и медиабизнес	1		2		2	Коллоквиум
3	Бизнес-модели СМИ	1		2		4	Доклад с презентацией
4	Факторы производства СМИ	1		2		2	Сообщение
5	Экономическая и социальная эффективность СМИ и медиапредприятия	1		2		2	Собеседование
6	Медиасистема в терминологии медиаменеджмента	1		2		2	Контрольная работа
7	Регулирование и саморегулирование СМИ	1		2		4	Доклад с презентацией
Итого часов				14		18	зачет

4.2 План внеаудиторной самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Средства массовой информации как субъект рынка	Подготовка к контрольной работе		2		Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. ISBN 978-5-7567-0576-8 (15 экз.). Колышкин, А. В. Экономика предприятия [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин, И. П. Бойко [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2022. - 479 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-15122-0 : 1819.00 р.URL: https://urait.ru/bcode/489313 (дата обращения: 07.10.2022).
1	Предпринимательство и медиабизнес	Подготовка к коллоквиуму		2		Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. ISBN 978-5-7567-0576-8 (15 экз.). Колышкин, А. В. Экономика предприятия [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин, И. П. Бойко [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2022. - 479 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-15122-0 : 1819.00 р.URL: https://urait.ru/bcode/489313 (дата обращения: 07.10.2022).

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Бизнес-модели СМИ	Подготовка к докладу с презентацией		4		Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. ISBN 978-5-7567-0576-8 (15 экз.).
1	Факторы производства СМИ	Подготовка к сообщению		2		Колышкин, А. В. Экономика предприятия [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин, И. П. Бойко [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2022. - 479 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-15122-0 : 1819.00 р.URL: https://urait.ru/bcode/489313 (дата обращения: 07.10.2022).
1	Экономическая и социальная эффективность СМИ и медиапредприятия	Подготовка к собеседованию		2		Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. ISBN 978-5-7567-0576-8 (15 экз.). Колышкин, А. В. Экономика предприятия [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин, И. П. Бойко [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2022. - 479 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-15122-0 : 1819.00 р.URL: https://urait.ru/bcode/489313 (дата обращения: 07.10.2022).

Семестр	Название раздела, темы	Самостоятельная работа обучающихся			Оценочное средство	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
		Вид самостоятельной работы	Сроки выполнения	Затраты времени (час.)		
1	Медиасистема в терминологии медиаменеджмента	Подготовка к контрольной работе		2		Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. ISBN 978-5-7567-0576-8 (15 экз.).
1	Регулирование и саморегулирование СМИ	Подготовка к докладу с презентацией		2		Колышкин, А. В. Экономика предприятия [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин, И. П. Бойко [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2022. - 479 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-15122-0 : 1819.00 р.URL: https://urait.ru/bcode/489313 (дата обращения: 07.10.2022).
Общая трудоемкость самостоятельной работы по дисциплине (час)				18		
Бюджет времени самостоятельной работы, предусмотренный учебным планом для данной дисциплины (час)				18		

4.3 Содержание учебного материала

4.3.1. Перечень семинарских, практических занятий и лабораторных работ

№ п/п	№ раздела и темы дисциплины (модуля)	Наименование семинаров, практических и лабораторных работ	Трудоемкость (час.)	Оценочные средства	Формируемые компетенции
1	2	3	4	5	6
1	1	Средства массовой информации как субъект рынка	2	Контрольная работа	УК-1
2	2	Предпринимательство и медиабизнес	2	Коллоквиум	УК-1
3	3	Бизнес-модели СМИ	2	Доклад с презентацией	УК-1 ПК-6
4	4	Факторы производства СМИ	2	Сообщение	УК-1 ПК-6
5	5	Экономическая и социальная эффективность СМИ и медиапредприятия	2	Собеседование	ПК-6
6	6	Медиасистема в терминологии медиаменеджмента	2	Контрольная работа	ПК-6
7	7	Регулирование и саморегулирование СМИ	2	Доклад с презентацией	УК-1 ПК-6

4.3.2. Перечень тем (вопросов), выносимых на самостоятельное изучение в рамках самостоятельной работы студентов

п/п	Тема*	Задание	Формируемая компетенция	ИДК
1	Средства массовой информации как субъект рынка	Подготовка к контрольной работе	УК-1	ИДК _{УК1.1}
2	Предпринимательство и медиабизнес	Подготовка к коллоквиуму	УК-1	ИДК _{УК1.1}
3	Бизнес-модели СМИ	Подготовка к докладу с презентацией	УК-1	ИДК _{УК1.1} ИДК _{УК1.2}
4	Факторы производства СМИ	Подготовка к сообщению	УК-1 ПК-6	ИДК _{УК1.2} ИДК _{ПК6}
5	Экономическая и социальная эффективность СМИ и медиапредприятия	Подготовка к собеседованию	ПК-6	ИДК _{ПК63.1}
6	Медиасистема в терминологии медиаменеджмента	Подготовка к контрольной работе	ПК-6	ИДК _{ПК6}

7	Регулирование и саморегулирование СМИ	Подготовка к докладу с презентацией	УК-1 ПК-6	ИДК _{УК1.1} ИДК _{УК1.2} ИДК _{ПК6}
---	---------------------------------------	-------------------------------------	--------------	--

4.4. Методические указания по организации самостоятельной работы студентов

Подготовка к контрольной работе по теме 1 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников.

Подготовка к коллоквиуму по теме 2 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников. Студент должен быть готовым к дискуссии по данной теме.

Подготовка доклада с презентацией по теме 3 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников. Кроме владения фактическим материалом, студент должен продемонстрировать владение компьютерной программы Microsoft PowerPoint и ее творческое применение.

Подготовка сообщения по теме 4 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников.

Подготовка к собеседованию по теме 5 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников. Студент должен быть готов к дискуссии с преподавателем, включая дискуссионные вопросы и демонстрировать самостоятельное мнение и умение его отстаивать.

Подготовка к контрольной работе по теме 6 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников.

Подготовка доклада с презентацией по теме 7 включает изучение материала по данной теме, проработку литературных указанных и самостоятельно найденных источников, а также текущих материалов печатных СМИ, телевидения, радио и онлайн-источников. Кроме владения фактическим материалом, студент должен продемонстрировать владение компьютерной программы Microsoft PowerPoint и ее творческое применение.

4.3. Примерная тематика курсовых работ (проектов).

Курсовая работа по данной дисциплине не предусмотрена учебным планом.

V. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Булатова, С. Н. Современная медиакультура [Текст] : учеб. пособие / С. Н. Булатова, А. В. Петров, В. А. Рыжкович ; рец.: В. П. Хархун, И. А. Кребель ; Иркутский гос. ун-т. - Иркутск : Изд-во ИГУ, 2014. - 168 с. ISBN 978-5-9624-1092-9 (9 экз.).

Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Текст] : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. ISBN 978-5-7567-0576-8 (15 экз.).

Федотов, М. А. Информационное право [Электронный ресурс] : учебник для вузов / М. А. Федотов, А. В. Антонова [и др.]. - 2-е изд., пер. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 868 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/530260>, <https://urait.ru/book/cover/2303E978-A97B-4266-830B-9A9E510DA17C>. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-16021-5 : 2779.00 р. URL: <https://urait.ru/bcode/530260> (дата обращения: 18.05.2023).

Чернышева, А. М. Маркетинговые исследования и ситуационный анализ в 2 ч. Часть 1 [Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. М. Чернышева, Т. Н. Якубова. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 244 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/511992>, <https://urait.ru/book/cover/C4EADD6A-C41E-438E-BAA0-48458EEF6CFA>. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-9916-8566-5 : 1009.00 р. URL: <https://urait.ru/bcode/511992> (дата обращения: 16.05.2023).

Колышкин, А. В. Экономика предприятия [Текст : Электронный ресурс] : учебник и практикум для вузов / А. В. Колышкин, И. П. Бойко [и др.]. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2022. - 479 с. - (Высшее образование). - ЭБС "Юрайт". - неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-15122-0 : 1819.00 р. URL: <https://urait.ru/bcode/489313> (дата обращения: 07.10.2022).

Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ [Электронный ресурс] : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. - 3-е изд., испр. и доп. - Электрон. текстовые дан. - Москва : Юрайт, 2023. - 239 с. - (Высшее образование). - Режим доступа: <https://urait.ru/bcode/512575>, <https://urait.ru/book/cover/A292625A-4C26-4622-8E7A-047B440E82B0>. - ЭБС "Юрайт". - Неогранич. доступ. - ISBN 978-5-534-08351-4 : 989.00 р. URL: <https://urait.ru/bcode/512575> (дата обращения: 22.05.2023).

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Система федеральных образовательных порталов

http://www.edu.ru/db/portal/sites/portal_page.htm

Российский общеобразовательный портал <http://www.school.edu.ru/>

Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru>

Федеральное агентство МО РФ <http://www.ed.gov.ru/prof-edu/>

Сайт Министерства образования <http://mon.gov.ru/structure/minister/>

Профильное обучение в старшей школе <http://www.profile-edu.ru/>

Дистанционная поддержка профильного обучения <http://edu.of.ru/profil/>

Портал поддержки ЕГЭ <http://ege.edu.ru/PortalWeb/index.jsp>

Учитель.ru <http://new.teacher.fio.ru/>

Учеба: обр.портал – <http://www.ucheba.com/index.htm>

ИКТ в образовании <http://ict.edu.ru/lib/>

Auditorium.ru <http://auditorium.ru/>

Исследователь.ru <http://www.researcher.ru/>

Вестник образования <http://www.vestnik.edu.ru/>

Объединение пед. изданий “Первое сентября” <http://www.1september.ru/ru/main-slow.htm>

Сайт Учительской газеты – <http://www.ug.ru/>

Образование: исследовано в мире <http://www.oim.ru/>

Образовательные технологии и общество
<http://ifets.ieee.org/russian/periodical/journal.html>

Эйдос – <http://www.vestnik.edu.ru/>

Педагогический энциклопедический словарь <http://dictionary.fio.ru/>

Словарь методических терминов http://slovari.gramota.ru/portal_sl.html?d=azimov

Онлайновые словари портала Грамота.ру http://slovari.gramota.ru/portal_sl.html

Энциклопедии Кирилла и Мефодия <http://www.megabook.ru/>

Энциклопедия “Кругосвет” <http://www.krugosvet.ru/>

Русский биографический словарь <http://www.rulex.ru/brbs.htm>

Библиотеки

ГНПБ им. Ушинского <http://gnpbu.ru>

РГБ <http://www.rsl.ru>

РНБ <http://www.nlr.ru>

ПОУНБ <http://www.pskovlib.ru>

Базы данных ИНИОН <http://www.inion.ru/>

Каталог Библиотеки Конгресса США <http://catalog.loc.gov/>

Каталог Британской библиотеки <http://catalogue.bl.uk>

2. *Научные ресурсы (отечественные):*

Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки.

Коллекция журналов издательства «НАУКА».

База данных ВИНТИ РАН on-line.

Университетская информационная система РОССИЯ.

База данных компании «ПОЛПРЕД. Справочники».

Аналитическая база данных статей из российских журналов проекта АРБИКОН «МАРС».

3. *Научные ресурсы (зарубежные):*

База данных научных журналов Academic Search Elite.

Журналы издательства Taylor&Francis.

Журналы Американского физического общества (American Physical Society).

Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда (eBook collection Oxford Russia Fund).

Коллекции электронных книг издательства Springer.

Архив научных журналов НЭЙКОН.

Web of Science.

Sage Publications.

Scopus.

Nature (Nature Publishing Group).

American Chemical Society.

Oxford University Press.

Cambridge University Press.

Science (The American Association for the Advancement of Science).

MathSciNet (American Mathematical Society).

Wiley.

Электронная библиотека «Optics Info Base» Optical Society of America.

American Institute of Physics.

1. Электронные библиотеки

Зарубежные бесплатные электронные библиотеки

Проект Гуттенберг” <http://www.gutenberg.net/>

Internet Public Library <http://www.ipl.org/>

Российские библиотечные

ресурсы:

http://courses.unc.ac.ru/guest/litterat/libraries_r.html

<http://www.maindir.gov.ru/Lib/>

Библиотека Администрации Президента Российской Федерации <http://www.libfl.ru/>

Всероссийская государственная библиотека иностранной литературы им. М.И.

Рудоміно http://www.libfl.ras.ru/ushin/ushin_r.html

Выход на информационную страничку Государственной педагогической библиотеки им. К.Д. Ушинского (КОИ-8) <http://www.shpl.ru/>

Государственная публичная историческая библиотека России <http://info.spsl.nsc.ru/>

Государственная публичная научно-техническая библиотека СО РАН <http://www.gpntb.ru/>

Информационно-справочные и поисковые системы

ЭКБСОН

УИС РОССИЯ

ПОЛПРЕД

Справочно-правовая система «ГАРАНТ»

Справочно-правовая система «Консультант Плюс»

VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебно-лабораторное оборудование:

Аудитория Б-200. 9 посадочных мест.

Учебная аудитория, оборудованная специализированной (учебной) мебелью и техникой:

1) доска зеленая меловая (1), доска магнитно-маркерная (1), столы компьютерные (1), столы письменные, стулья; 2) ноутбук Asus (1), проектор Epson (1), экран (1).

6.2. Программное обеспечение:

- **«Kaspersky Endpoint Security»** для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 250-499

Node 1 year Educational Renewal License». – Форум Контракт №04-114-16 от 14 ноября 2016 г. KES. Счет № РСЦЗ-000147 и АКТ от 23 ноября 2016 г. Лиц. №1B08161103014721370444.

- **Desktop Education ALNG Lic SAPk OLV E IY Academic Edition Enterprise** (Windows).

- **WinPro10 Rus Upgrd OLP NL Acdmc** (Windows). Лицензия № 68203571.

- **OFFICE 2007 Suite**. Лицензия № 43364238.

- **Drupal**. Условия использования по ссылке: https://www.drupal.org/project/terms_of_use. Обеспечивает работу портала электронного портфолио студентов и аспирантов ИГУ <http://eportfolio.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.

- **Moodle**. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/Moodle>. Обеспечивает работу информационно-образовательной среды <http://belca.isu.ru>. Срок действия: бессрочно.

- **Google Chrome**. Браузер. Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Google_Chrome/ Срок действия: бессрочно.

- **Mozilla Firefox**. Браузер. Условия использования по ссылке: <https://www.mozilla.org/ru/about/legal/terms/firefox/>. Срок действия: бессрочно.

- **Opera**. Браузер. Условия использования по ссылке: <http://www.opera.com/ru/terms>. Срок действия: бессрочно.

- **PDF24Creator**. Приложение для создания и редактирования документов в формате PDF. Условия использования по ссылке: https://en.pdf24.org/pdf/lizenz_en_de.pdf. Срок действия: бессрочно.

- **VLC Player**. Свободный кроссплатформенный медиаплеер. Условия использования по ссылке: <http://www.videolan.org/legal.html>. Срок действия: бессрочно.

- **BigBlueButton**. Открытое программное обеспечение для проведения веб-конференции. Условия использования по ссылке: <https://ru.wikipedia.org/wiki/BigBlueButton>. Обеспечивает работу отдельного модуля Moodle 3.2.1 для работы ИОС. Срок действия: бессрочно.

- **Sumatra PDF**. свободная программа, предназначенная для просмотра и печати документов в форматах PDF, DjVu[4], FB2, ePub, MOBI, CHM, XPS, CBR/CBZ, для

платформы Windows. Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Sumatra_PDF. Срок действия: бессрочно.

- **Media player home classic.** Свободный проигрыватель аудио- и видеофайлов для операционной системы Windows. Условия использования по ссылке: https://ru.wikipedia.org/wiki/Media_Player_Classic. Срок действия: бессрочно.

- **AIMP.** Бесплатный аудиопроигрыватель с закрытым исходным кодом, написанный на Delphi. Условия использования по ссылке: <https://www.aimp.ru/>. Срок действия: бессрочно.

- **Speech analyzer.** Условия использования по ссылке: <http://www-01.sil.org/computing/sa/index.htm>. Срок действия: бессрочно.

6.3. Технические и электронные средства:

Ноутбук, проектор.

VII. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Наименование тем занятий с использованием активных форм обучения:

	Тема занятия	Вид занятия	Форма / Методы интерактивного обучения	Кол-во часов
	Все темы		Рассылка методических и учебных материалов по всем темам в группе электронной образовательной среды ИГУ, по электронной почте.	
1	Средства массовой информации как субъект рынка	Коллоквиум	Изучение этой темы, как и всех других, предполагает постоянное взаимодействие преподавателя со студентами в режиме онлайн, групповую дискуссию по заявленной теме еще до личной коммуникации в аудитории и предполагает анализ ситуаций.	4
2	Предпринимательство и медиабизнес	Собеседование	Групповая дискуссия.	4
3	Медиасистема в терминологии медиамеджмента	Собеседование	Межличностная интерактивная коммуникация между студентами, студентами и преподавателем в процессе подготовки к контрольной работе	4
Итого часов				12

VIII.ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю) представляет собой комплект оценочных материалов для проведения текущего контроля, включая, при необходимости, и входной контроль, и промежуточной аттестации обучающихся и оформляется в виде отдельного документа (приложения к рабочей программе дисциплины (модуля)) или в данном разделе программы.

Материалы для проведения текущего и промежуточного контроля знаний студентов:

№ п\п	Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
	Текущий контроль - контрольная работа,	Средства массовой информации как субъект рынка	УК-1
	Текущий контроль - Коллоквиум	Предпринимательство и медиабизнес	УК-1
	Текущий контроль - Доклад с презентацией	Бизнес-модели СМИ	УК-1 ПК-6
	Текущий контроль - Сообщение	Факторы производства СМИ	ПК-6
	Текущий контроль - Собеседование	Экономическая и социальная эффективность СМИ и медиапредприятия	ПК-6
	Текущий контроль - Контрольная работа Доклад с презентацией	Медиасистема в терминологии медиаменеджмента	УК-1 ПК-6
	Текущий контроль -	Регулирование и саморегулирование СМИ	ПК-6
	Промежуточная аттестация зачет		УК-1, ПК-6

Демонстрационный вариант контрольной работы №1 (по теме 1 «Средства массовой информации как субъект рынка»)

Вопросы контрольной работе

Вариант 1

1. Масс-медиа как социальный институт и экономический субъект. Место средства массовой информации в экономике.
2. Сущность экономики средств массовой информации («медиа-экономика»). Журналистская информация как специфический медиапродукт. Двойственный характер экономической деятельности медиапредприятия
3. Субъекты рынка СМИ

Вариант 2

1. Отличия в целях, функциях и задачах средства массовой информации и медиапредприятия.
2. Характер услуг медиапредприятия на рынке конечных потребителей (читателей, радиослушателей, телезрителей) и для юридических и физических лиц.
3. Структура и инфраструктура рынка средств массовой информации

Вариант 3

1. Сущность экономики средств массовой информации («медиа-экономика»). Журналистская информация как специфический медиапродукт. Двойственный характер экономической деятельности медиапредприятия.
2. Субъекты рынка СМИ.
3. Масс-медиа как социальный институт и экономический субъект. Место средства массовой информации в экономике.

Вариант 4

1. Характер услуг медиапредприятия на рынке конечных потребителей (читателей, радиослушателей, телезрителей) и для юридических и физических лиц.
2. Субъекты рынка СМИ.
3. Отличия в целях, функциях и задачах средства массовой информации и медиапредприятия.

Вопросы для коллоквиума №1 (по теме 2 «Предпринимательство и медиабизнес»)

1. Сущность предпринимательства. Специфика медиабизнеса. Субъекты предпринимательства в СМИ.
2. Проблемы собственности в СМИ.
3. Государственная поддержка медийного бизнеса. Возможные организационно-правовые формы предприятий СМИ.
4. Цели и задачи создания и развития предприятия СМИ. Предприятие СМИ с правовой и экономической точек зрения. Цели создания медиа.
5. Внутренняя и внешняя среда предприятия СМИ.
6. Конкуренция как важнейшая составляющая внешней среды масс-медиа.
7. Рыночная модель медиапредприятия.
8. Структура медиапредприятия; процессы, осуществляемые на предприятии, функции управления и организации на медиапредприятии.

Темы докладов по теме 3 «Бизнес-модели СМИ»

1. Финансовая база средства массовой информации.
2. Рентабельность редакции.
3. Расходная и доходная часть бюджета медиапредприятия. Способы получения доходов и прибыли на медиапредприятии.
4. Ценовая, тиражная и рекламная политика медиапредприятия.
5. Формирование и использование прибыли медиапредприятия.
6. Бизнес-модели печатных СМИ.
7. Бизнес-модели телевидения.
8. Бизнес-модели радио.
9. Бизнес-модели онлайн-СМИ.

Темы сообщений по теме 4 «Факторы производства СМИ»

1. Факторы производства медиапредприятия.
2. Основные и оборотные средства медиапредприятия. Показатели и пути улучшения использования основных фондов.
3. Показатели использования оборотных средств.
4. Кадровый потенциал медиапредприятия и пути улучшения его использования.
5. Управление персоналом. Мотивация и оплата труда. Особенности управления кадрами в редакции.

Вопросы к собеседованию по теме 5 «Экономическая и социальная эффективность СМИ и медиапредприятия»

1. Социальная эффективность средств массовой информации.
2. Результативность СМИ.
3. Показатели экономической эффективности.
4. Общая и сравнительная эффективность капитальных затрат (инвестиций).
5. Сущность, критерии и показатели экономической эффективности производства.
6. Основные направления повышения эффективности производства медиапредприятия.

Контрольная работа №2 по теме 6 «Медиасистема в терминологии медиаменеджмента»

Вариант 1

1. Системный анализ и общая теория систем
2. Место системы медиапредприятий в классификации систем.

Вариант 2

1. Система медиапредприятий
2. Цели и функции медиасистемы и системы медиапредприятий

Вариант 3

1. Признаки системы медиапредприятий.
2. Вопросы противостояния целей СМИ и медиапредприятия.

Темы докладов по теме 7 «Регулирование и саморегулирование СМИ»

1. Государственное регулирование медиасистемы.
2. Границы вмешательства государства в деятельности СМИ. Другие субъекты регулирования СМИ.
3. Опасности и возможности медиа в медиасистеме.
4. Регулирование рынка СМИ как возможность государственного вмешательства в функционирование СМИ.
5. Саморегулирование медиасистемы, отдельных редакций и медиапредприятий.

Вопросы и задания к зачету 1

Вопросы к зачету 1 (знать)

1. Двойственность СМИ.
2. Масс-медиа как товар.
3. Рынок СМИ. Его структура и инфраструктура.
4. Предпринимательство в сфере СМИ.
5. Производство услуг. Цели медиапредприятия.
6. Механизм функционирования медиапредприятия.
7. Основные средства медиапредприятия.
8. Организационно-правовые формы медиапредприятия.
9. Оборотные средства медиапредприятия.
10. Трудовые ресурсы медиапредприятия.

Тесты к зачету 1

Тест 1

1. **Двойственность СМИ связана со следующими подходами к исследованию медиа:**
 1. медиацентрический,
 2. общественно-центрический,
 3. культуралистский,
 4. материалистический.
2. **Аналитическая информация распространяется преимущественно:**
 1. ТВ и радио,
 2. Газет
 3. Журналы
3. **Потребителями СМИ на рекламном рынке являются:**
 1. Аудитория
 2. Рекламодатели
4. **Материалистический подход к исследованию СМИ заключается в:**
 1. рассмотрении их как в зависимости от развития технических средств
 2. рассмотрении их в контексте развития общественных систем
 3. рассмотрении экономических аспектов деятельности СМИ
5. **К конкретным функция управления не относятся:**
 2. Управление распространением издания;
 3. Управление финансами;
 4. Планирование;
 5. Управление подготовкой выпуска номера газеты;
6. **Стратегия регрессивной вертикальной интеграции медиапредприятия заключается в**
 1. Захвате более ранних стадий производственного процесса;
 2. Движение вверх по цепочке распространения.
7. **Контроль – это функция управления**
 1. Общая,
 2. Конкретная.

8. На 2 исторических философии управления (научный управленческий подход и административный управленческий подход) подразделяется:

1. Классическая школа управления,
2. Школа «человеческих отношений»,
3. Школа науки управления.

Тест 2

1. Юридическим лицам медиапредприятие предоставляет следующую услугу, среди прочих:

1. Распространение информации о деятельности юридических лиц
2. Развлекательные услуги

2. Новостная информация распространяется преимущественно:

1. ТВ и радио
2. Газеты
3. Журналы

3. Управленческий уровень и управленческий тип руководителей – это

1. Менеджеры высшего звена,
2. Менеджеры среднего звена,
3. Менеджеры низового звена.

4. Понятие бюрократии принадлежит:

1. Классической школе управления;
2. Теории «человеческих отношений»;
3. Школе науки управления.

5. Региональный рынок печатных СМИ тяготеет к

1. Совершенно конкурентному рынку
2. Монополистической конкуренции
3. Олигополии
4. Чистой монополии

6. Собственником имущества редакции СМИ являются

1. Ее учредители
2. Трудовой коллектив редакции
3. Наемный менеджер

7. Попечительское направление социальной ответственности бизнеса заключается в следующем:

1. Производители ответственны только за свои собственные интересы,
2. Организация заботится о своих сотрудниках и их семьях,
3. Социальная ответственность – неотъемлемый элемент деятельности любой фирмы

8. Этическая ответственность заключается в следующем:

1. Приносить прибыль,
2. Следовать закону,
3. Следовать моральным принципам общества.

Тест 3

1. Рынок двойного продукта в СМИ означает, что

1. Они действуют на двух рынках: информационном и рекламном
2. Одновременно производят ТВ контент и контент печатных СМИ

2. Информационные корпорации (издательские дома, медиахолдинги), как правило, формируют

1. Конвенциональный рынок
2. Диссидентский рынок

3. К условиям достижения целей системы медиапредприятия не относится:

1. Обязанности и ограничения,
2. Нравственные нормы,
3. Репутация, доверие со стороны аудитории,
4. Достижение экономической эффективности.

4. Экономический уровень социальной деловой ответственности является:

1. Желаемым,
2. Обязательным,
3. Возможным.

5. Материальной формой обладают продукты, производимые

1. Редакцией газеты
2. Редакцией ТВ
3. Редакцией радио

6. К основным производственным фондам в медиаиндустрии (кроме прочих) относятся:

1. Канцелярия
2. Бумага
3. Редакционный транспорт

7. Неаддитивность (эмерджентность) как признак любой системы означает, что

1. В объекте в результате взаимодействия частей образуется новое качество,
2. Целостные свойства объекта формируются за счет межкомпонентных отношений, связей и взаимодействий,
3. Свойства объекта невозможно свести к свойствам его частей, а также вывести лишь из них.

8. Система медиапредприятий является

1. Закрытой,
2. Открытой.

Тест 4

1. В случае самостоятельного медиапредприятия, не входящего в интегрированные бизнес-группы, предпринимательство и бизнес

1. Можно считать синонимичными
2. Нельзя считать синонимичными

2. Организационно-правовой формой канала «Россия» является

1. АО
2. ООО
3. ФГУП

3. Чем выше уровень принятия решений в организации, тем управление более:

1. Централизованно,
2. Децентрализованно.

4. Система медиапредприятий является

1. Сложной,
2. Простой.

5. Профессия журналиста – это

1. Особый вид трудовой деятельности, требующий определенных теоретических знаний и практических навыков
2. Вид деятельности, имеющий специфические особенности

6. Результат экономической деятельности средства массовой информации проявляется в

1. действенности
2. результативности
3. экономической эффективности

7. К социально-экономическим методам управления медиапредприятия относится:

1. Выработка материальных мотивов, внятной системы заработной платы,
2. Выработка и реализация мероприятий по созданию благоприятного психологического климата на медиапредприятии.
3. Создание организационных структур для управления и регулирования производства,
4. Учет личностных особенностей работников творческих профессий,
5. Разработка адекватной системы морального поощрения.

8. Децентрализация управления означает:

1. Предоставление нижестоящим звеньям права самостоятельного решения тех или иных проблем;
2. Непрерывную, постоянно действующую и устойчивую подчиненность каждого звена системы субъекту управления.

Задания к зачету 1 (владеть)

1. Охарактеризовать основные цели функционирования качественной газеты (по выбору преподавателя – «Коммерсантъ», «Ведомости»).
2. Охарактеризовать основные цели функционирования развлекательного телеканала (по выбору преподавателя)
3. Охарактеризовать основные цели функционирования журнала (по выбору преподавателя)

Вопросы и задания к зачету 2

Вопросы к зачету 2 (знать)

1. Финансовые средства медиапредприятия.
2. Затраты медиапредприятия.
3. Доходная часть бюджета редакции.
4. Ценовая политика редакции.
5. Прибыль редакции.
6. Социальное и экономическое понятия эффективности журналистской деятельности.
7. Сущность критерий и показатели экономической эффективности производства.
8. Общая и сравнительная эффективность затрат.
9. Государственное регулирование медиасистемы.
10. Саморегулирование медиасистемы, отдельных редакций и медиапредприятий.

Тесты к зачету 2

Тест 1

1. Основная тенденция медиабизнеса в 2000-е годы:

1. Движение в сторону совершенной конкуренции
2. Укрупнение и монополизация СМИ

2. Активная часть основных фондов

1. Непосредственно участвует в производственном процессе
2. Обслуживает производственный процесс

3. Система медиапредприятий является

1. Естественной,
2. Искусственной.

4. Стратегии концентрированного роста – это

1. Стратегии, которые связаны с изменением продукта и/или рынка,
2. Расширение фирмы путем добавления новых структур.

5. К какому классу услуг принадлежат услуги медиапредприятия?

1. Осязаемые действия, направленные на тело человека
2. Осязаемые действия, направленные на товары и другие физические объекты
3. Неосязаемые действия, направленные на сознание человека
4. Неосязаемые действия с неосязаемыми активами

6. Конечными потребителями продукта медиапредприятия являются:

1. Оптовики
2. Читатели, радиослушатели, телезрители, пользователи Интернет
3. Рекламодатели

7. Управляющая система – это (12 баллов)

1. Объект управления;
2. Субъект управления.

8. В соответствии с ролевыми моделями к информационным ролям (кроме прочих) менеджера относится

1. Глава организации,
2. Предприниматель,
3. Распространитель информации,

Тест 2

1. Объектом изучения медиаэкономики является:

1. газета
2. передача на телевидении
3. медиапредприятие
4. рекламодатели

2. Медиапредприятие действует в:

1. социальной среде,
2. экономической среде

3. Управляемая система – это

1. Объект управления;
2. Субъект управления.

4. Традиционная философия фирмы относится к

1. Управлению, направленному на максимизацию доходов;
2. Попечительскому управлению;
3. Социальному управлению.

5. Рынок СМИ с позиции экономической теории это:

1. Сфера товарного производства, действующая в информационной среде и обслуживающая ее
2. Место, где торгуют газетами и журналами

6. Как соотносятся между собой рекламный и медийный рынок?

1. Рекламный рынок – часть медийного рынка
2. Медийный рынок – часть рекламного рынка

7. Мотивация – это функция управления

1. Общая,
2. Конкретная.

8. Пять принципов научной организации труда построил

1. Фредерик Тейлор,
2. Адам Смит.

Тест 3

1. Медиапродукт является «общественным» товаром, если:

1. Является нерыночным, производимым государственным медиапредприятием
2. Является рыночным, производимым частными СМИ.

2. Комментируемая информация распространяется преимущественно:

1. ТВ и радио
2. Газеты
3. Журналы

3. Технический уровень и технический тип руководителей – это

1. Менеджеры высшего звена,
2. Менеджеры среднего звена,
3. Менеджеры низового звена.

4. Контроль – это функция управления

1. Общая,
2. Конкретная.

4. Что из перечисленного относится к производственной инфраструктуре медиапредприятия?

1. Пресс-службы
2. Средства связи
3. Информационные агентства

6. Коммерческое СМИ – это медиапредприятие (

1. Частное
2. Целью которого является получение и максимизация прибыли

7. Понятие бюрократии и ее характеристики выделил:

1. Фредерик Тейлор,
2. Анри Файоль,
3. Макс Вебер.

8. Общие функции управления – это

1. Специализированные виды деятельности, которые не связаны с особой спецификой объекта управления,
2. Связаны с видами управленческой деятельности.

Тест 4

1. Что, по современным понятиям, производят СМИ на рекламном рынке?

1. Место и время
2. Внимание аудитории
3. Аудиторию определенного качественного состава

2. Наиболее характерным для ТВ является рынок

1. Совершенной конкуренции
2. Чистая монополия
3. Олигополия

3. На 2 исторических философии управления (научный управленческий подход и административный управленческий подход) подразделяется:

1. Классическая школа управления,
2. Школы «человеческих отношений»,
3. Школа науки управления.

4. Попечительское направление социальной ответственности бизнеса заключается в следующем:

1. Производители ответственны только за свои собственные интересы,
2. Организация заботится о своих сотрудниках и их семьях,
3. Социальная ответственность – неотъемлемый элемент деятельности любой фирмы.

5. Основной производственный процесс на медиапредприятии осуществляет

1. Редакция
2. Управленческие службы
3. Редакционный шофер

6. К оборотным фондам в медиабизнесе (кроме прочих) относятся

1. Здание редакции
2. Запчасти к компьютерам

7. Система медиапредприятий является

1. Физической,
2. Биологической,
3. Социальной.

8. Государственное регулирование СМИ означает:

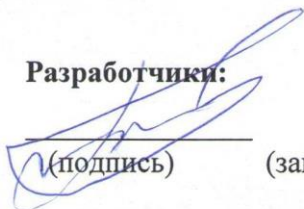
1. Решение правительством всех вопросов, касающихся СМИ,
2. Уход государства от решения в первую очередь экономических вопросов.

Задания к зачету 2 (владеть)

1. Охарактеризовать основные источники дохода качественной газеты (по выбору преподавателя – «Коммерсантъ», «Ведомости»).
2. Охарактеризовать бизнес-модели функционирования развлекательного телеканала (по выбору преподавателя)
3. Охарактеризовать основные бизнес-модели функционирования журнала (по выбору преподавателя)

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры), утвержденного приказом Минобрнауки РФ №529 от 08 июня 2017 г. Направленность (профиль) подготовки «Менеджмент СМИ и организация медиапроизводства». Электронная версия программы представлена на сайте ИГУ.

Разработчики:


(подпись)

профессор
(занимаемая должность)

Гимельштейн Александр Владимирович
(Ф.И.О.)

Программа рассмотрена на заседании отделения ИФИЯМ «Высшая школа журналистики и медиапроизводства» «21» февраля 2025 г. Протокол №6.

Руководитель ВШЖМ

А. В. Гимельштейн



Настоящая программа, не может быть воспроизведена ни в какой форме без предварительного письменного разрешения кафедры-разработчика программы.