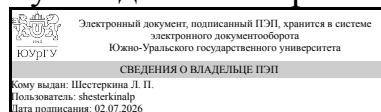


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



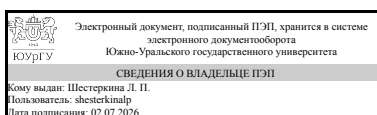
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.О.05 Медиаэкономика
для направления 42.04.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Магистратура
форма обучения очно-заочная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

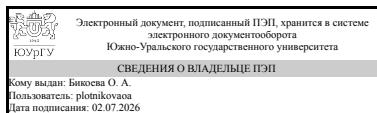
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 528

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.пед.н., доцент



О. А. Бикозова

1. Цели и задачи дисциплины

Цель –

формирование у магистрантов знаний о принципах экономического функционирования СМИ,

о современном состоянии и организации эффективной экономической деятельности в медиаиндустрии. Задачи курса:

представить ключевые понятия и показать основные законы и механизмы функционирования медиаэкономики;

ознакомить магистрантов с основными направлениями медиадискурса в этой сфере;

сформировать понимание экономических особенностей различных сегментов рынка СМИ, деятельность медиапредприятий и моделей их развития.

Краткое содержание дисциплины

Курс рассчитан на рассмотрение медиаиндустрии как важнейшей отрасли рыночного хозяйства. При его изучении акцентируется внимание на особенности развития медиасистемы в целом и экономическое разнообразие развития печатных, телевизионных, радио и онлайн-СМИ

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знает: ключевые понятия медиаэкономики, социально-экономические принципы организации современной медиаиндустрии, основные принципы экономического взаимодействия участников медиарынка и стратегии управления медиаорганизацией Умеет: интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий, медиаорганизаций и их команд в ракурсе существующей проблематики, анализировать их деятельность разрабатывать стратегии достижения целей Имеет практический опыт: научного исследования с применением категориального аппарата дисциплины "медиаэкономика", сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий, а также с применением командной деятельности
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Знает: суть экономических процессов и экономических отношений, основные принципы изучения спроса (потребностей целевых групп медиа), знает принципы деятельности медиапредприятий с различными формами собственности; основы менеджмента маркетинга в СМИ; принципы единства и взаимозависимости деятельности СМИ как общественной службы и коммерческого предприятия медиа бизнеса

	Умеет: 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.); учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей и функций маркетолога для удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты Имеет практический опыт: владения инструментарием поиска и обработки экономической информации в сфере медиабизнеса (анализа потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования развития медиарынка).
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
Нет	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Нет

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 36,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		2
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	32	32
Лекции (Л)	16	16
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	16	16
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	35,75	35,75
Решение кейсов по темам	2	2
Изучение материалов для конспектирования	6	6
Изучение вопросов к семинарским занятиям	8	8
Анализ дополнительной литературы	6	6

Подготовка материалов к докладам и практике	6	6
Составление опорного конспекта по материалам интернет-ресурсов	7,75	7.75
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Экономика и медиасистема	16	8	8	0
2	Экономические особенности функционирования видов СМИ	16	8	8	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Экономика, рынок и медиарынок. Хозяйствующие субъекты медиаиндустрии	2
2	1	Основные экономические подходы и модели развития СМИ.	2
3	1	Экономическая деятельность медиапредприятия. Медиахолдинги	2
4	1	Рыночные стратегии СМИ.	2
5	2	Экономика газетно-журнальных СМИ.	2
6	2	Экономика телеиндустрии.	2
7	2	Экономика радиовещательных СМИ.	2
8	2	Экономика онлайн-СМИ	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	СМИ на рынке товаров и услуг	2
2	1	Экономическая конкуренция в сфере СМИ.	2
3	1	Маркетинговые стратегии СМИ.	2
4	1	Реклама в СМИ и медиапланирование.	2
5	2	Рыночные структуры в печатных СМИ.	2
6	2	Доходы телевизионных СМИ: коммерческое и общественное ТВ.	2
7	2	Современные коммерческие радиостанции.	2
8	2	Бизнес-модели онлайн-СМИ.	2

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием	Семестр	Кол-

	разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс		во часов
Решение кейсов по темам		2	2
Изучение материалов для конспектирования		2	6
Изучение вопросов к семинарским занятиям		2	8
Анализ дополнительной литературы		2	6
Подготовка материалов к докладам и практике		2	6
Составление опорного конспекта по материалам интернет-ресурсов	Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран Учеб. пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" Е. Л. Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2003.	2	7,75

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	2	Текущий контроль	Практическая работа с понятийным аппаратом	1	12	За ответ на вопрос студент получает 15 баллов, если все термины раскрыты и приведены ссылки на источники. 15 - 11 баллов - все термины выбраны верно, представлены полные толкования с комментариями и примерами. 10 - 9 баллов - большая часть терминов выбрана верно, представлены полные толкования с неточными комментариями и без примеров 8 - 6 баллов - значительная часть терминов выбрана неверно, представлены неполные толкования с неточными комментариями и без примеров 5 - 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	зачет
2	2	Текущий контроль	Аналитическая работа, поиск ответов на поставленные вопросы	1	15	Студенту начисляется 15 баллов, если все вопросы раскрыты по смыслу и по содержанию. Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - ответы на все вопросы	зачет

						найжены верно, раскрыты полно. 10 - 9 баллов - ответы найдены на часть вопросов, раскрыты полно. 8 - 6 баллов - ответы найдены на часть вопросов, раскрыты неполно. 5 - 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	
3	2	Текущий контроль	Поисково-аналитическая работа с материалами учебного пособия	1	15	Студенту начисляется 15 баллов, если все материалы собраны в аналитическую таблицу верно и правильно приведены примеры. Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - все ответы сформулированы верно, примеры проведены верно. 10 - 9 баллов - ответы в целом выбраны верно, формулировки частично верны, примеры подтверждают ответы. 8 - 6 баллов - ответы преимущественно ошибочны, примеры использованы частично. 5 - 0 баллов - задание не выполнено. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	зачет
4	2	Текущий контроль	Творческая работа по написанию эссе	1	15	Студенту начисляется 15 баллов, если в эссе раскрыта суть вопроса Максимальный балл 15. 15 - 11 баллов - эссе написано в полном соответствии с требованиями к жанру, выражена основная идея, мысль заершена. 10 - 9 баллов - эссе написано в соответствии с требованиями к жанру, основная идея выражена частично, мысль условно заершена 8 - 6 баллов - эссе написано с некоторыми нарушениями требований к жанру, основная идея не выражена, мысль условно заершена 5 - 0 баллов - работа не выполнена. Чтобы задание считалось зачтенным, необходимо выполнить не менее 60%, то есть не менее 8 баллов	зачет
5	2	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности (утверждена приказом	зачет

					ректора от 25.04.2019 № 179). Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60% или желает повысить рейтинг. При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. Критерии оценивания: Согласно Положению о БРС, зачет 40 баллов. "Зачтено" ставится при достижении 60% от этих 40 баллов (24 балла).	
--	--	--	--	--	---	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. Зачет выставляется по итогам работы на практических и лекционных занятиях и выполнения контрольных точек (заданий и контрольных работ). При выполнении всех вышеуказанных требований студент получает зачет. В случае, если студент захочет улучшить результат текущей успеваемости может ответить по вопросам к зачету. Студент получает по 2 вопроса, требующий развернутого устного ответа. На подготовку к ответу дается 30 минут. Критерии оценивания: Согласно Положению о БРС, зачет 40 баллов. "Зачтено" ставится при достижении 60% от этих 40 баллов (24 балла).	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ				
		1	2	3	4	5
УК-3	Знает: ключевые понятия медиаэкономики, социально-экономические принципы организации современной медиаиндустрии, основные принципы экономического взаимодействия участников медиарынка и стратегии управления медиаорганизацией	+	+	+	+	+

УК-3	Умеет: интерпретировать первичные данные о работе различных медиаиндустрий, медиаорганизаций и их команд в ракурсе существующей проблематики, анализировать их деятельность разрабатывать стратегии достижения целей	++	++	++	++
УК-3	Имеет практический опыт: научного исследования с применением категориального аппарата дисциплины "медиаэкономика", сравнительного анализа и интерпретации данных о работе различных отраслей медиаиндустрий, а также с применением командной деятельности	++	++	++	++
ОПК-4	Знает: суть экономических процессов и экономических отношений, основные принципы изучения спроса (потребностей целевых групп медиа), знает принципы деятельности медиапредприятий с различными формами собственности; основы менеджмента маркетинга в СМИ; принципы единства и взаимозависимости деятельности СМИ как общественной службы и коммерческого предприятия медиа бизнеса	++	++	++	++
ОПК-4	Умеет: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокомпаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т. п.); учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей и функции маркетолога для удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	++	++	++	++
ОПК-4	Имеет практический опыт: владения инструментарием поиска и обработки экономической информации в сфере медиабизнеса (анализа потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования развития медиарынка).	++	++	++	++

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Основы медиабизнеса [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др. ; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 360 с. 22 см.
2. Основы медиабизнеса [Текст] учебник для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др.; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 399, [1] с.

б) дополнительная литература:

1. Основы медиабизнеса [Текст] учебник для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др.; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 399, [1] с.
2. От книги до Интернета: Журналистика и литература на рубеже нового тысячелетия Сб. ст. Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова, Фак. журналистики; Отв. ред.: Я. Н. Засурский, Е. Л. Варганова. - М.: Издательство Московского университета, 2000. - 256 с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Медiateка и мир

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Медиарынок и бизнес, Ершов Ю.М.

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Медиарынок и бизнес, Ершов Ю.М.

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	eLIBRARY.RU	МЕДИАЭКОНОМИКА И ОСНОВНЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ https://www.elibrary.ru/item.asp?id=30795889&

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Windows(бессрочно)
2. Microsoft-Office(бессрочно)
3. ФГАОУ ВО "ЮУрГУ (НИУ)"-Портал "Электронный ЮУрГУ" (<https://edu.susu.ru>)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Самостоятельная работа студента	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парты ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Практические занятия и семинары	410 (1)	Лабораторный комплекс активных методов обучения им. Б.Н. Христенко Лаборатория «Финансовые технологии в бизнесе» Материально-техническое обеспечение: 1. Моноблок (компьютер) с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 12 шт. 2. Клавиатура – 12 шт. 3. Мышь – 12 шт. Имущество: оснащение основным оборудованием и техническими средствами обучения, состав которых определяется в рабочих программах дисциплин (модулей) Демонстрационное оборудование: 1. Экран – 1 шт. 2. Проектор – 1 шт. 3. Телевизор – 3 шт.
Лекции	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-

		образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Зачет	454 (1)	Мультимедийная аудитория: Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.