

**АННОТАЦИЯ**  
**дисциплины (учебного курса)**  
**Б1.Б.18 «Экономика и менеджмент СМИ»**

**1. Цель и задачи изучения дисциплины (учебного курса)**

Цель – формирование у студентов устойчивых представлений о принципах экономического функционирования СМИ и специфических особенностях медиаменеджмента.

Задачи:

1. Формирование у студентов устойчивых представлений об основных принципах экономики СМИ.
2. Формирование у студентов устойчивых представлений об особенностях медиаменеджмента.

**2. Место дисциплины (учебного курса) в структуре ОПОП ВО**

Данная дисциплина (учебный курс) относится к дисциплинам базовой части.

Дисциплины, учебные курсы, на освоении которых базируется данная дисциплина (учебный курс) - «История зарубежной журналистики», «История отечественной журналистики», «Выпуск учебной газеты».

Дисциплины, учебные курсы, для которых необходимы знания, умения, навыки, приобретаемые в результате изучения данной дисциплины (учебного курса) – «Создание и продвижение Интернет-СМИ», «Государственная итоговая аттестация».

**3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (учебному курсу), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

<b>Формируемые и контролируемые компетенции</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>
- способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса,	Знать: - базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса; технологию продвижения публикаций СМИ; основы медиаменеджмента;

<p>функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента (ОПК-11)</p>	<p>тенденции развития медиаиндустрии в 21 веке; основные рынки СМИ и типы рыночных структур, характерные для современного медиарынка; основные компоненты бизнес-моделирования; природу медиаиндустрии; основные понятия медиапланирования</p>
<p>- способность участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5)</p>	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- выделять типы рыночных структур, характерные для местного медиарынка; рассчитывать основные параметры, используемые в медиапланировании; разрабатывать бизнес-модели СМИ; разрабатывать программу продвижения публикаций в СМИ</li> </ul>
<p>- способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности (ОК-4)</p>	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- терминологией; способностью сегментировать аудиторию и выделять нишу издания на рынке СМИ; способностью разработать концепцию программы продвижения; способностью разработать механизмы оценки эффективности программы продвижения</li> </ul> <p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- сущность изменений в технологиях работы СМИ и медиа, связанных с распространением веб-технологий и их проникновением в общество</li> </ul> <p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработать цитировать, реферировать и аннотировать веб-ресурс; находить информацию через социальные сети</li> </ul> <p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- готовностью работать в команде; способностью продвигать медиапроект через социальные сети</li> </ul> <p>Знать:</p> <p>законы экономического развития, основные экономические концепции, принципы, а также их взаимосвязь; модель производственных возможностей общества и проблемы экономического выбора.</p> <p>Уметь:</p>

	<p>выявлять экономические проблемы общества, оценивать альтернативы, и выбирать оптимальный вариант решения.</p> <p>Владеть:  уменем определять социальные и экономические закономерности и тенденции мировой экономики;  навыкамисамостоятельно овладевать новыми экономическими знаниями, используя современные образовательные технологии.</p>
--	---

### Тематическое содержание дисциплины (учебного курса)

Раздел, модуль	Подраздел, тема
Модуль 1. Экономическая история мировых СМИ	Системные трансформации СМИ во второй половине 20 века
	Стратегии развития крупного бизнеса на информационно-коммуникационных рынках
Модуль 2. СМИ как отрасль современной экономики	Двойственная природа СМИ
	Индустрия СМИ в современной экономике
	Основные факторы становления медиаиндустрии
	СМИ как индустрия свободного времени
	Основные тенденции развития современной индустрии СМИ
Модуль 3. Концентрация в индустрии СМИ	Основные теории СМИ
	Концентрация в индустрии СМИ в России
	Концентрация в зарубежной индустрии СМИ
Модуль 4. Аудитория СМИ	Организационно-правовые формы в индустрии СМИ
	Аудитория как рынок
Модуль 5. Продвижение медиапродукта как элемент медиамаркетинга	Измерения аудитории: зарубежный опыт
	Сущность и основные термины медиапланирования
	Основные принципы бизнес-планирования
	SWOT-анализ деятельности редакции
	Медиамаркетинг
	Медиапланирование
	Комплекс продвижения в системе маркетинговых коммуникаций. Виды сегментирования аудитории медиа
Реклама и связи с общественностью в системе продвижения медиа. Информационный аудит	

	Этапы построения программы продвижения медиапродукта
	Продвижение медиапродукта как элемент медиамаркетинга
	Оценка эффективности в связях с общественностью
	Особенности медиаменеджмента
	Профессиональный стандарт редактора. Должностные инструкции
	Принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса

**Общая трудоемкость дисциплины (учебного курса) – 2 ЗЕТ.**