

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ  
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ  
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

Перетятая О.С.

« 12 »

2024 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
**Медиаэкономическая проблематика в СМИ**

по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика  
(уровень магистратуры)

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная, заочная

Курс – ОФО - 2 курс (3 семестр), ЗФО – 2 курс (4 триместр)

Луганск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиаэкономическая проблематика в СМИ» является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика очной и заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 года № 529 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональным стандартом, утвержденным Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 08 сентября 2015 года № 608н, от 21 мая 2014 года № 332н (с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 12 декабря 2016 г. N 727н), от 04 августа 2014 года № 534н, от 28 октября 2014 года № 811н, от 04 августа 2014 года № 538н, 04 августа 2014 года № 533н, от 17 января 2017 года № 40н.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

канд. филол. наук, доцент кафедры журналистики и издательского дела  
ФГБОУ ВО «Луганский государственный педагогический университет»  
Куянцева Елена Александровна.


Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела «11» сентября 2024 г., протокол № 5

Заведующий кафедрой

 Е.А. Куянцева


ОДОБРЕНА на заседании Учебно-методической комиссии  
Института филологии и социальных коммуникаций  
«12» сентября 2024 г., протокол № 6

Председатель

 О.В. Мифтахова

**СОГЛАСОВАНО:**

Заведующий учебно-методическим отделом

 В.В. Савенков  
«15» сентября 2024 г.

## 1. Цели и задачи учебной дисциплины

**Цель** преподавания учебной дисциплины «Медиаэкономическая проблематика в СМИ»

- формирование у магистрантов представлений о принципах экономического функционирования СМИ;
- изучение современного состояния медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законов медиаэкономики;
- изучение экономических особенностей различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видов медиапредприятий и моделей их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

### **Задачи:**

- изучение общетеоретических вопросов, связанных с медиаэкономикой;
- освоение основных принципов экономики СМИ, а также инфраструктуры рынка данных областей деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Медиаэкономическая проблематика в СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, индекс дисциплины Б1.В.ДВ.01.02.

Основывается на базе дисциплин: «Деонтология журналистики», «Современные зарубежные СМИ», «Создание фото- и видеоматериалов для мультимедийной публикации».

Является основой для изучения следующих дисциплин: «Современные медиасистемы», «Информационная политика и безопасность в медиасфере».

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

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения	Результаты обучения по дисциплине
Профессиональные:		
ПК-3 – готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.	1.1. _М.ПК-3. Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики. 1.2. _М.ПК-3. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач. 1.3. _М.ПК-3. Составляет план действий по реализации проекта.	<b>Знает:</b> теоретические основы управления проектами и применения ее для организации деятельности журналиста и СМИ. <b>Умеет:</b> разрабатывать журналистские проекты, а также находить финансирование для их реализации. <b>Владеет навыками</b> формулирования идей проектов, анализа текущей ситуации и проблем, планирования проектов и управления проектными командами в журналистской деятельности.

#### 4. Структура и содержание дисциплины.

##### 4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы.

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)	
	Очная форма	Заочная форма
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>3 з.е. 108</b>	<b>3 з.е. 108</b>
<b>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:</b>	<b>46</b>	<b>12</b>
Лекции	10	4
Семинарские занятия	-	
Практические занятия	26	8
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа / курсовой проект	-	
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	36	9
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>36</b>	<b>87</b>
Форма аттестации	Экзамен	Экзамен

##### 4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема 1. Формирование медиа-индустрии.

Тема 2. Концепция медиа-проекта. Организационно-административные процессы создания нового СМИ.

Тема 3. Экономические процессы создания нового СМИ.

Тема 4. Творческие процессы создания нового СМИ.

Тема 5. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпании.

Тема 6. Структура рынка СМИ.

Тема 7. Экономические особенности печатных СМИ: современные реалии, динамика развития.

Тема 8. Экономика телевидения: проблемы и перспективы.

Тема 9. Экономика радио- и кабельной индустрии.

Тема 10. Медиаэкономическая проблематика в онлайн-СМИ.

##### 4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
	<b>3 семестр/4 триместр</b>		
1.	Формирование медиа-индустрии. Проблематика медиаэкономического характера в СМИ. Особенности структуры рынка СМИ.	2	2
2.	Концепция медиа-проекта. Организационно-административные процессы создания нового СМИ. Специфика медиаэкономики. Конкуренция на рынке СМИ.	2	
3.	Экономические процессы создания нового СМИ. Экономика печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радиоиндустрии.	2	2
4.	Экономика телевидения: проблемы и перспективы. Экономические основы функционирования кабельной индустрии и индустрии онлайн-СМИ.	2	
5.	Медиаэкономическая проблематика в онлайн-СМИ. Освещение проблем медиа в экономическом аспекте	2	

	в сети Интернет. Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ: сравнительный аспект.		
<b>Итого:</b>		10	4

#### 4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
	3 семестр/4 триместр		
1.	Формирование медиа-индустрии. Проблематика медиаэкономического характера в СМИ. Особенности структуры рынка СМИ.	4	
2.	Концепция медиа-проекта. Организационно-административные процессы создания нового СМИ. Специфика медиаэкономики. Конкуренция на рынке СМИ.	4	2
3.	Экономические процессы создания нового СМИ.	4	2
4.	Экономика печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радиоиндустрии.	4	2
5.	Экономика телевидения: проблемы и перспективы. Экономические основы функционирования кабельной индустрии и индустрии онлайн-СМИ.	4	
6.	Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях.	2	2
7.	Структура рынка СМИ.	2	
8.	Медиаэкономическая проблематика в онлайн-СМИ. Освещение проблем медиа в экономическом аспекте в сети Интернет. Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ: сравнительный аспект.	2	
Итого:		26	8

#### 4.5. Лабораторные работы - не предусмотрены.

#### 4.6. Самостоятельная работа студентов

№ п/п	Название темы	Вид СРС	Объем часов	
			Очная форма	Заочная форма
1	<b>Творческие процессы создания нового СМИ</b> Создание творческого коллектива медиа-проекта. Уточнение формата в зависимости от типа СМИ. Оформление формата медиа-проекта во внутрифирменный документ. Создание системы перспективного планирования деятельности медиа-проекта (планирование номера, программного контента, сетки вещания). Создание системы взаимодействия с	Написание реферата	12	29

	<p>коммерческой службой.</p> <p>Участие в профессиональных выставках и конференциях.</p> <p>Инструменты повышения доверия к медиа-проекту как СМИ. Редакционные ноу-хау.</p> <p>Специальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проектов/линеек.</p> <p>Развитие программных продуктов. Роль личности медиа-менеджера в выведении медиа-проекта на рынок. Интернет как инструмент продвижения СМИ на рынке, как свидетельство современности издания</p>			
2	<p>Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании</p> <p>Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиа-предприятия. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание). Подготовка организации к введению процедур регулярного менеджмента: определение центров финансовой ответственности (ЦФО), определение центров бюджетирования (ЦБ), постановка системы бухгалтерского и административного учета, разработка и внедрение документооборота и системы контроля за исполнением решений и поручений. Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности медиа-компаний.</p>	Доклад	12	29
3.	<p>Финансовая политика медиа-предприятия</p> <p>Определение понятия «финансовая политика».</p> <p>Инструментарий финансовой политики: бюджетирование,</p>	медиапрезентация	12	29

	финансовый анализ, менеджмент привлечения заемных средств, менеджмент размещения временно свободных средств, инвестиционный менеджмент, эмиссия, факторинг, лизинг, страхование и другие инструменты. Особенности финансово-вой политики медиа-предприятия.			
<b>Итого:</b>			36	87

#### 4.7. Курсовые работы - не предусмотрены.

### 5. Методическое обеспечение, образовательные технологии

С целью формирования и развития профессиональных навыков, обучающихся необходимо использовать инновационные образовательные технологии при реализации различных видов аудиторной работы в сочетании с внеаудиторной. Используемые образовательные технологии и методы должны быть направлены на повышение качества подготовки путем развития у обучающихся способностей к самообразованию и нацелены на активацию и реализацию личностного потенциала.

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий:

*Лекции:* лекционный материал по дисциплине «Медиаэкономическая проблематика в СМИ» предполагает использование наглядных материалов в виде компьютерных презентаций, газетных и журнальных изданий фонда кафедры, предоставление студентам электронных версий опорных лекций по всем разделам курса. Лекционный материал организуется с использованием таких педагогических технологий, как обучение на основе опыта и междисциплинарное обучение, которые позволяют активизировать познавательные способности слушателей и мотивировать их к самостоятельной работе. Лекционные занятия: проблемные и интерактивные лекции, лекция-беседа.

*Практические занятия:* во время занятий студентам предлагается обсуждение по проблемным вопросам, а также выполнение практических заданий. Предполагается выступления студентов с докладами. При подготовке такого доклада студенты обращаются к учебной и справочной литературе. Практические занятия: творческие практические задания, формы «коллективной мыслительной деятельности» и анализа проблемных ситуаций.

*Самостоятельная работа* студентов направлена на решение следующих задач:

1. Выработка навыков восприятия и анализа исторической, культурологической литературы.

2. Формирование навыков исследовательского отношения к предъявляемой аргументации, развитие способности понимания этических и культурологических понятий и категорий.

3. Развитие и совершенствование способностей к диалогу, к дискуссии, к формированию и логически аргументированному обоснованию собственной позиции по тому или иному вопросу.

4. Развитие и совершенствование творческих способностей при самостоятельном изучении дисциплины.

Выполнение самостоятельной письменной работы предполагает постоянный контакт с преподавателем в виде консультаций.

Самостоятельная работа: обязательная самостоятельная работа студента по заданию преподавателя, выполняемая во внеаудиторное время, индивидуальная

самостоятельная работа студента под руководством преподавателя, просмотр документальных, научно-образовательных и художественных фильмов с последующим обсуждением и анализом.

Самостоятельная работа студентов подразумевает работу под руководством преподавателя (консультации, помощь в выполнении программы) и индивидуальную работу студента, выполняемую в том числе в компьютерном классе с выходом в Интернет и читальных залах университета.

*Информационные технологии:* использование электронных образовательных ресурсов (электронный конспект, размещенный во внутренней сети или т.п.) при подготовке к лекциям, практическим и лабораторным занятиям.

*Работа в команде:* совместная работа студентов в группе при выполнении заданий по теме 9.

Дисциплина обеспечена: информационной техникой, литературой, необходимым оборудованием для проведения практических занятий.

## 6. Формы контроля освоения учебной дисциплины

Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиаэкономическая проблематика в СМИ» производится в дискретные временные интервалы в следующих формах: опрос, защита докладов и презентаций, проверка практических заданий, экзамен.

Критерии оценки учитывают результаты посещаемости лекций, выполнения практических заданий, итоги выполнения заданий самостоятельной работы. Это позволяет создать объективную картину освоения студентами дисциплины и учитывается на экзамене.

Итоговый контроль по результатам освоения дисциплины проходит в форме экзамена, включает в себя ответ на теоретические вопросы, подкрепляемые примерами из практики.

Система накопления баллов по видам работ отражается в таблице:

### Баллы, которые получают студенты очной формы обучения

Вид текущей учебной работы	Количество баллов
3 семестр/4 триместр	
Контрольная работа	30
Подготовка к практическим занятиям	40
Конспектирование научных статей по заданным темам	10
Контроль самостоятельной работы студента	20
Итого за семестр:	100
Итого за уч. год:	100

### Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбал- льная система оценивания экзамена	100- балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оцени- вания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	Зачтено



Хорошо	<b>83–89</b>	<b>В</b> – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	<b>75–82</b>	<b>С</b> – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	
Удовлетворительно	<b>63–74</b>	<b>Д</b> – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	<b>50–62</b>	<b>Е</b> – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	<b>21–49</b>	<b>FX</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	<b>0–20</b>	<b>F</b> – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

## **7. Учебно-методическое и программно-информационное обеспечение дисциплины.**

### **а) основная литература:**

1. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / С.М. Гуревич. – 4-е изд., перераб. и доп. – М.: Аспект Пресс, 2009. – 296 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text11/34.htm>
2. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. – М.: Аспект Пресс, 2010. – 254 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705768.html>
3. Киверин В.И. Экономика редакции газеты: учеб. пособие / В.И. Киверин. – М.: Аспект Пресс, 2002. – 345 с.

### **б) дополнительная литература:**

1. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учеб. пособие для вузов по спец. «Журналистика» / Е.Л. Вартанова. – М.: Аспект Пресс, 2003. – 335 с. URL: <http://journ-port.ru/publ/22-1-0-290>
2. Гуревич С.М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие для вузов / С.М. Гуревич. – М.: Аспект-Пресс, 2004. – 288 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text10/01.htm>
3. Джакубова Т.Н. Бизнес-план: расчеты по шагам / Т.Н. Джакубова. – М.: Финансы и статистика, 2009. – 96 с.: ил. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785279033966.html>
4. Кирьянова Л.Г. Экономика средств массовой информации: учебн. пособ. / Л.Г. Кирьянова. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – 128 с. URL: <http://window.edu.ru/resource/065/75065>
5. Макеенко М.И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии. – М.: Издательство Московского университета, 2010. – 560 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211057937.html>
6. Манн И. Маркетинг без бюджета. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – 275 с. URL: <http://journ-port.ru/publ/22-1-0-572>
7. Назайкин Н.А. Эффективный рекламный текст в СМИ. – М.: Издательство Московского университета; Факультет журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова, 2011. – 480 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785211062023.html>
8. Орлова В.В. Глобальные телесети новостей на информационном рынке / В. Орлова. – М.: РИП-холдинг, 2003. – 165 с. URL: <http://evartist.narod.ru/text5/68.htm>
9. Ткачева Н.В. Индия: медиасистема в условиях либерализации экономики / Н.В. Ткачева. – М.: Медиамир, 2009. – 152 с. URL: <http://journ-port.ru/publ/16-1-0-537>
10. Хау Д. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Джефф Хау; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785961418897.html>
11. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование: учебник / Ф.И. Шарков, В.Н. Бузин; под общ. ред. проф. Ф.И. Шаркова. – М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2012. – 488 с. URL: <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011856.html>

### **в) Интернет-ресурсы**

<http://elibrary.asu.ru>

База данных библиотеки БелГУ: <http://library.bsu.edu.ru/library/e-lib/inet/>

Электронный архив открытого доступа: <http://dspace.bsu.edu.ru/>

Научная электронная библиотека: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>

Университетская информационная система РОССИЯ:

<http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp>

<http://studentlibrary.ru>

<http://biblioclub.ru>

## **8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Аудиторное оснащение: лекционная аудитория, рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером, рабочие места студентов, канцелярское оснащение учебного процесса.

Лекционные занятия: мультимедийная аудитория: компьютер мультимедиа с прикладным программным обеспечением: проектор, колонки, программа для просмотра видео файлов, система видеомонтажа, интерактивная доска, электронные презентации по темам дисциплины.

Практические занятия: компьютерный класс, презентационная техника (компьютер, проектор, экран).

В процессе лекционных и практических занятий используется следующее программное обеспечение: программы, обеспечивающие доступ в сеть Интернет (например, «Google», «Chrome»); программы, демонстрации видеоматериалов (например, проигрыватель «WindowsMediaPlayer»); программы для демонстрации и создания презентаций (например, «MicrosoftPowerPoint»).

Преподавание дисциплины предусматривает доступ обучающихся к электронно-библиотечным системам (электронным библиотекам) и к электронной информационно-образовательной среде университета, которая обеспечивает возможность доступа обучающихся к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

[illegible][illegible]