

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Институт филологии и социальных коммуникаций  
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института филологии и  
социальных коммуникаций

 Перевятая О.А.  
« 11 » 07 / 2024 г.

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

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело  
(уровень магистратуры)

Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – магистр

Формы обучения – очная

Курс – 2 (3 семестр)

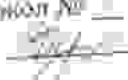
Дуганск, 2024

Рабочая программа учебной дисциплины «Медиаэкономика журналистики» в СММ является частью основной профессиональной образовательной программы для подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело (программа магистратуры – редактор средств массовой информации) очной формы обучения.

Составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело, утвержденным приказом Министерства образования и науки РФ от 08.06.2017 № 313 (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 № 102н (с изменениями, внесенными приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 07 декабря 2014 г. № 727н), от 04 августа 2014 года № 538н, от 17 января 2017 года № 40н.

#### СОСТАВИТЕЛЬ:

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

Рабочая программа утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела «14» 2024 г., протокол № 1  
Заведующий кафедрой  Е.А. Куницына.

ОДОБРЕНО на заседании Учебно-методической комиссии Института  
филологии и социальных коммуникаций  
«14» 2024 г., протокол № 1

Председатель

 О.В. Митяева

#### СОГЛАСОВАНО

Заведующий учебно-методическим отделом

 В.В. Самойлов  
«14» 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 блоку дисциплин (модулей) по выбору 1 (ДВ.1), 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 способностью формировать репертуар издательской продукции	ПК-3.1. Знать тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации при формировании репертуара издательской продукции. ПК-3.2. Уметь учитывать тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации при формировании репертуара издательской продукции. ПК-3.3. Владеть навыками формирования репертуара издательской продукции.	<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>Владет</b> <b>навыками</b> формулирования идей проектов, анализа текущей ситуации и проблем, планирования проектов и управления проектными командами в журналистской деятельности.

#### 4. Структура и содержание учебной 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>Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:</b>	<b>30</b>	
Лекции	4	
Семинарские занятия	-	
Практические занятия	26	
Лабораторные работы	-	
Курсовая работа / курсовой проект	-	
Другие формы организации учебного процесса (контрольные работы, индивидуальные занятия, консультации и др.)	27	
<b>Самостоятельная работа студента (всего)</b>	<b>51</b>	
Форма аттестации	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</b>		
1.	Формирование медиа-индустрии. Проблематика медиаэкономического характера в СМИ. Особенности структуры рынка СМИ.	2	
2.	Экономические процессы создания нового СМИ. Экономика печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радиоиндустрии.	2	
<b>Итого:</b>		<b>4</b>	

##### 4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
	<b>3 семестр</b>		
2.	Концепция медиа-проекта. Организационно-административные процессы создания нового СМИ. Специфика медиаэкономики. Конкуренция на рынке	4	

	СМИ.		
3.	Экономические процессы создания нового СМИ.	4	
4.	Экономика печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радиоиндустрии.	4	
5.	Экономика телевидения: проблемы и перспективы. Экономические основы функционирования кабельной индустрии и индустрии онлайн-СМИ.	4	
6.	Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях.	4	
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.	4	
<b>Итого:</b>		26	

#### 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 коммерческой службой. Участие в профессиональных выставках и конференциях. Инструменты повышения доверия к медиа-проекту как СМИ. Редакционные ноу-хау. Специальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проектов/линеек. Развитие программных продуктов. Роль личности медиа-менеджера в выведении медиа-проекта на рынок. Интернет как инструмент продвижения	Написание реферата	17	

	СМИ на рынке, как свидетельство современности издания.			
2	<p>Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях.</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	17	
3.	<p>Финансовая политика медиа-предприятия.</p> <p>Определение понятия «финансовая политика».</p> <p>Инструментарий финансовой политики: бюджетирование, финансовый анализ, менеджмент привлечения заемных средств, менеджмент размещения временно свободных средств, инвестиционный менеджмент, эмиссия, факторинг, лизинг, страхование и другие инструменты. Особенности финансовой политики медиа-предприятия.</p>	медиапрезентация	17	
<b>Итого:</b>			51	

#### 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	
Контрольная работа	30
Подготовка к практическим занятиям	40
Конспектирование научных статей по заданным темам	10
Контроль самостоятельной работы студента	20
Итого за семестр:	
Итого за уч. год:	100

**Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале**

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	<b>А</b> – 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	83–89	<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	75–82	<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	63–74	<b>D</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	50–62	<b>E</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	21–49	<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	0–20	<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>

#### **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]