

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.

« 15 » _____ 20 26 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Медиаэкономическая проблематика в СМИ

По направлению подготовки (уровень магистратуры)	42.04.02 Журналистика
Квалификация выпускника	магистр
Форма обучения	очная, заочная
Курс	ОФО – 2-й (3-й семестр) ЗФО – 2-й (4-й триместр)

Луганск, 2026

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, заочной форм обучения.

Рабочая программа учебной дисциплины разработана в соответствии с ФГОС ВО – магистратура по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утвержденным приказом Министерства науки и высшего образования Российской Федерации от 08 июня 2017 года № 529 (с изменениями и дополнениями) и Профессиональными стандартами, утвержденными Приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации «Об утверждении профессионального стандарта» от 12 декабря 2016 г. № 727н, от 04 августа 2014 года № 534н, от 28 октября 2014 года № 811н, от 04 августа 2014 года № 538н, 04 августа 2014 года № 533н.

СОСТАВИТЕЛЬ:

ассистент кафедры журналистики и издательского дела ФГБОУ ВО «Луганский государственный педагогический университет»
Павловская Анастасия Сергеевна

Утверждена на заседании кафедры журналистики и издательского дела.
Протокол от «16» декабря 20 26 г. № 6
Заведующий кафедрой
журналистики и издательского дела Куянцева Е.А. Куянцева

Одобрена на заседании учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций.

Протокол от «14» января 20 26 г. № 6
Председатель учебно-методической комиссии Института филологии и социальных коммуникаций А. В. Сысенко

СОГЛАСОВАНО:

Директор Департамента образования Савенков В.В. Савенков
«15» января 20 26 г.

1. Цели и задачи учебной дисциплины

Цели:

- 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

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.01.02 «Медиаэкономическая проблематика в СМИ» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, дисциплин подготовки студентов.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплины «Деонтология журналистики», «Современные зарубежные СМИ», «Современные информационные процессы в СМИ» и служит основой для дальнейшего освоения дисциплины: «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-2. Готовностью осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	ПК-2.1. Знать принципы стратегического и оперативного управления в СМИ, модели организационных структур редакции, содержание организационной, координационной, контролирующей деятельности, распределение зон ответственности между сотрудниками различного должностного статуса, стратегии развития СМИ и медийных проектов.	Знает: принципы стратегического и оперативного управления в СМИ, модели организационных структур редакции, содержание организационной, координационной, контролирующей деятельности, распределение зон ответственности между сотрудниками различного должностного статуса, стратегии развития СМИ и медийных проектов. Умеет: разрабатывать все

	ПК-2.2. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач. ПК-2.3. Владеть методами организационной работы, технологиями планирования.	компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач. Владеет:методами организационной работы, технологиями планирования.
--	--	---

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
Общая трудоемкость дисциплины	3 з.е. 108	3 з.е. 108
Обязательная аудиторная учебная нагрузка (всего часов), в том числе:	36	12
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.)	27	9
Самостоятельная работа студента (всего)	45	87
Форма аттестации	Экзамен	Экзамен

4.2. Содержание разделов учебной дисциплины

Тема 1. Медиаиндустрия: основные понятия и категории.

Понятие медиаиндустрии. Информация как основа медиаиндустрии. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. Институциональная основа индустрии СМИ. Структура рынка информационной продукции и услуг. Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты. Инвестиционные возможности на информационном рынке. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ. Рынок покупателей информации.

Тема 2. Модели медиаэкономики. СМИ и медиапредприятие. Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Издержки в медиаиндустрии. Современные стратегии предприятий СМИ. Спрос и предложение в медиаэкономике. Экономическая медиаполитика зарубежных государств.

Тема 3. Экономические особенности разных видов СМИ. Основные этапы развития газетной индустрии. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке. Ценовая конкуренция на газетном рынке. Современные тенденции развития газетного рынка. Основные модели телевизионной индустрии. Изучение телевизионной аудитории. Источники доходов в телевизионной индустрии. Экономические и организационные особенности телесетей. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. основные форматы современных коммерческих радиостанций. Измерение радиоаудитории.

Тема 4. Моделирование современных медиаорганизаций. Типы структур организации. Особенности дивизиональной структуры, ее преимущества перед остальными в условиях рынка. Структура предприятия, издающего СМИ как монопродукт. Структура предприятия, издающего СМИ в ряду других видов деятельности. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административная, правовая, техническая, творческая и менеджерская. Внутренние нормативные документы, определяющие структуру предприятия и правила взаимодействия между ее составляющими и сотрудниками.

Тема 5. Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии. Экономические особенности и способы повышения эффективности предприятий СМИ: эффект масштаба производства; расширение аудитории и снижение стоимости доставки контента; повышение качества и инновационности продуктов; высокая затратность и технологическая зависимость производства; снижение стоимости производства ТВ программ (производство сериалов и дешевых программ, использование недорогого оборудования; вторичное использование программ; рециклинг информационных сюжетов). Источники доходов в СМИ.

Тема 6. Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг медиасферы. Государственная поддержка отраслей медиасферы. Органы государственной исполнительной власти, регулирующие рынок СМИ. Государственная собственность (государственные организации) на рынке СМИ. Система государственной политики и финансовой поддержки, анализ институциональных и политических факторов.

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
	3 семестр/4 триместр		
1.	Тема 1. Медиаиндустрия: основные понятия и категории.	2	2
2.	Тема 2. Модели медиаэкономики. СМИ и медиапредприятие.	2	

3.	Тема 3. Экономические особенности разных видов СМИ.	2	2
4.	Тема 4. Моделирование современных медиаорганизаций.	2	
5.	Тема 5. Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии.	2	
Итого:		10	4

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов	
		Очная форма	Заочная форма
	3 семестр/4 триместр		
1.	Тема 1. Медиаиндустрия: основные понятия и категории.	4	
2.	Тема 2. Модели медиаэкономики. СМИ и медиапредприятие.	4	2
3.	Тема 3. Экономические особенности разных видов СМИ.	6	2
4.	Тема 4. Моделирование современных медиаорганизаций.	4	2
5.	Тема 5. Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии.	4	
6.	Тема 6. Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг медиасферы.	4	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	Тема 1. Медиаиндустрия: основные понятия и категории.	Работа с литературой, конспект	5	10
2	Тема 2. Модели медиаэкономики. СМИ и медиапредприятие.	Работа с литературой, конспект, составление словаря основных понятий дисциплины	8	14

3.	Тема 3. Экономические особенности разных видов СМИ.	Работа с литературой, конспект, реферат	8	20
4.	Тема 4. Моделирование современных медиаорганизаций.	Работа с литературой, конспект, составление таблицы/схемы «Структура современной редакции СМИ»	8	14
5.	Тема 5. Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии.	Работа с литературой, конспект, реферат	8	15
6.	Тема 6. Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг медиасферы.	Работа с литературой, конспект, изучение системы государственной политики и финансовой поддержки, анализ институциональных и политических факторов	8	14
Итого:			45	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	
	ОФО	ЗФО
3 семестр/4 триместр		
Подготовка к практическим занятиям	52	40
Контрольная работа	13	20
Контроль самостоятельной работы студента	15	20
Экзамен	20	20
Итого за семестр:	100	100
Итого за уч. год:	100	100

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. – Москва : Аспект Пресс, 2009. – 296 с.

2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 254 с. – ISBN 978-5-7567-0576-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/68816>

3. Киверин, В. И. Экономика редакции газеты: учеб. пособие / В. И. Киверин. – Москва : Аспект Пресс, 2002. – 345 с.

4. Колобова, Е. Ю. Менеджмент в сфере СМИ : учебное пособие / Е. Ю. Колобова. – Санкт-Петербург :СПбГИКиТ, 2021. – 161 с. – ISBN 978-5-94760-451-1. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/415760>

5. Соломин, В. Е. Медиаэкономика и медиаменеджмент : учебное пособие / В. Е. Соломин. – Кемерово :КемГУ, 2022. – 81 с. – ISBN 978-5-

8353-2992-2. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/392180>

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.
2. Гуревич, С. М. Газета: Вчера, сегодня, завтра: учеб. пособие для вузов / С. М. Гуревич. – Москва : Аспект-Пресс, 2004. – 288 с.
3. Джакубова, Т. Н. Бизнес-план: расчеты по шагам : учебное пособие / Т. Н. Джакубова. – 2-е изд., перераб. и доп. – Москва : Финансы и статистика, 2021. – 104 с. – ISBN 978-5-00184-034-3. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/179777>
4. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник / Под редакцией О. Н. Жильцовой. – Москва :Центркаталог, 2025. – 244 с. – ISBN 978-5-907825-06-2. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/442319>
5. Кирьянова, Л. Г. Экономика средств массовой информации: учебн. пособ. / Л. Г. Кирьянова. – Томск: Изд-во ТПУ, 2006. – 128 с.
6. Макеев, М. И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии: структура, экономика, стратегии : монография / М. И. Макеев. – Москва : МГУ имени М.В.Ломоносова, 2010. – 560 с. – ISBN 978-5-211-05793-7. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/10200>
7. Медиа технологии рекламной и PR-деятельности в эпоху глобальной цифровизации : монография / Е. Ю. Колобова, И. А. Байкова, С. А. Глазкова, М. В. Рубцова. – Санкт-Петербург :СПбГИКиТ, 2022. – 149 с. – ISBN 978-5-94760-525-9. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/415817>
8. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. – Москва : Аспект Пресс, 2014. – 400 с. – ISBN 978-5-7567-0724-3. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>
9. Хау, Д. Краудсорсинг: Коллективный разум как инструмент развития бизнеса / Д. Хау; Пер. с англ. – М.: Альпина Паблишер, 2012. – 288 с.
10. 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.

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]