

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ, РЕКЛАМЫ И МЕНЕДЖМЕНТА ТВ

1. Цели освоения дисциплины

Сформировать у студентов понимание экономических и управленческих особенностей телерадиожурналистики, их значения для функционирования данного типа средств массовой информации. Развить у обучающихся способности экономического мышления в области профессиональной журналистской деятельности.

Дать студентам знания, необходимые для решения проблем, связанных с существованием телевидения и радио на информационном рынке, представление о его структуре и особенностях. Познакомить учащихся с экономической базой данных видов СМИ, с работой редакции и с составляющими ее успешной деятельности. Помочь в выработке первичных навыков практической деятельности в области редакционно-издательского маркетинга и редакционного менеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина опирается на знания, полученные студентами в рамках освоения программы бакалавриата, являясь, в свою очередь, базовой для такой дисциплины, как «Медиаэкономика».

3. Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины (модуля) «Основы экономики, рекламы и менеджмента ТВ»:

ОПК2 – готовностью руководить коллективом в сфере своей профессиональной деятельности, толерантно воспринимая социальные, этнические, конфессиональные и культурные различия;

ОПК7 – готовностью учитывать значение экономических факторов в деятельности медиапредприятий, эффективно использовать знания медиаэкономики в профессиональной деятельности;

ПК3 – готовностью осуществлять организационные, координационные, контролируемые обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- 1) Знать: основные понятия из области экономики и менеджмента СМИ, методы управления СМИ.
- 2) Уметь: свободно разбираться в системе понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры телерадиожурналистики; определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска журналистского продукта
- 3) Владеть: способами решения простейших задач, связанных с укреплением его экономической базы.

Структура и содержание дисциплины (модуля) «Основы экономики, рекламы и менеджмента ТВ»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п/п	Раздел дисциплины
	Раздел 1. Телевидение и радио как средства массовой информации и рынок
1	Введение. Телерадиожурналистика и экономический фактор
2	Журналистская информация как товар
3	Информационный рынок
4	Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса

5	Финансовый капитал на информационном рынке
	Раздел 2. Основы редакционного маркетинга
6	Редакционный маркетинг (реклама, PR)
	Раздел 3. Финансовая политика редакции телерадиовещания
7	Финансовая база редакции телерадиовещания и компании
8	Бюджет редакции телерадиовещания
9	Реклама на телевидении и на радио
10	Ценовая политика редакции телерадиовещания
11	Прибыль редакции телерадиовещания
12	Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства