

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ

1. Цели освоения дисциплины

Сформировать у студентов понимание экономических основ журналистики, их значения для функционирования средств массовой информации. Развить у обучающихся способности экономического мышления в области профессиональной журналистской деятельности.

Дать студентам знания, необходимые для решения проблем, связанных с существованием средств массовой информации на информационном рынке, представление о его структуре и особенностях. Познакомить учащихся с экономической базой периодического издания, с работой редакции и с экономическими 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

Курс относится к базовой части учебного плана и основывается на входных знаниях, которые студенты получили в рамках курсов «Работа современной редакции», «Маркетинг в масс-медиа», «Интернет и СМИ». Курс служит базовым для последующей дисциплины «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ».

3. Формируемые компетенции в результате освоения дисциплины (модуля) «Экономика и менеджмент СМИ»

ОК4 – способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности;

ОК8 – способность к самоорганизации и самообразованию;

ОПК2 – способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамodelей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа;

ОПК11 – способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной

структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента;

ПК5 – способность участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

- 1) Знать: систему понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики.
- 2) Уметь: определять экономическое значение деятельности редакционного коллектива и процесса выпуска периодического издания.
- 3) Владеть: навыками решения простейших задач, связанных с укреплением его экономической базы.

4. Структура и содержание дисциплины (модуля) «Экономика и менеджмент СМИ»

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, 108 часов.

№ п/п	Раздел дисциплины
	Раздел 1. Средства массовой информации и рынок
1	Тема 1. Введение. Журналистика и экономический фактор
2	Тема 2. Журналистская информация как товар
3	Тема 3. Информационный рынок
4	Тема 4. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса
5	Тема 5. Финансовый капитал на информационном рынке
	Раздел 2. Основы редакционно-издательского маркетинга
6	Тема 1. Редакционно-издательский маркетинг
	Раздел 3. Финансовая политика редакции
7	Тема 1. Финансовая база редакции и компании
8	Тема 2. Бюджет редакции печатного периодического издания
9	Тема 3. Реклама в периодическом издании
10	Тема 4. Ценовая политика редакции
11	Тема 5. Прибыль редакции
12	Тема 6. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства
	Раздел 4. Основы редакционного менеджмента
17	Тема 1. Экономические принципы редакционной деятельности
18	Тема 2. Менеджмент и редакция
19	Тема 3. Управление редакционным коллективом
20	Тема 4. Экономические основы труда журналиста
21	Тема 5. Менеджмент и периодическое издание
22	Тема 6. Распространение периодического издания
23	Тема 7. Менеджмент и бизнес-план редакции
24	Тема 8. Менеджмент и этика
25	Тема 9. Менеджмент и закон