


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО «БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ

Утверждено:
на заседании кафедры журналистики
протокол №5 от 8 января 2021 г.

И.о.зав. кафедрой  / Мустафина Р.Д.

Согласовано:
Председатель УМК факультета
башкирской филологии,
востоковедения и журналистики

 / Гареева Г.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Современный менеджмент медиасистем

Часть, формируемая участниками образовательных отношений

программа бакалавриата

Направление подготовки


42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки

Корреспондент средств массовой информации

Квалификация

Бакалавр

Разработчик (составитель): д.ф.н., профессор Ахмадиев Р.Б.	 / Ахмадиев Р.Б.
---	--

Для приема: 2021

Уфа - 2021 г.

Составитель: д.ф.н. Ахмадиев Р.Б.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры протокол № 5 от «08» января 2021 г.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол №.10 от «23» июня 2021 г.

И.о.зав.кафедрой



Мустафина Р.Д.

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	4
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	5
4.1. Перечень компетенций и индикаторов достижения компетенций с указанием соотнесенных с ними запланированных результатов обучения по дисциплине. Описание критериев и шкал оценивания результатов обучения по дисциплине	6
4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценивания результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине	8
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	16
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	16
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы	16
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	17

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с установленными в образовательной программе индикаторами достижения компетенций

По итогам освоения дисциплины обучающийся должен достичь следующих результатов обучения:

Категория (группа) компетенций	Формируемая компетенция (с указанием кода)	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине
Привлечение к сотрудничеству со СМИ и другими медиа представителями различных сегментов общества, организаций, учреждений и взаимодействие с ними	ПК-3 – Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ИПК 3.1. Знает принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Знать: принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
		ИПК 3.2. Умеет отбирать релевантную информацию из доступных источников	Уметь: отбирать релевантную информацию из доступных источников
		ИПК 3.3. Владеет навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Владеть: навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала
Участие в разработке и коррекции концепции медиапроекта, определении его формата, в различных видах программирования, планирования	ПК-7 Способен участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами.	ИПК 7.1. Знает особенности создания и реализации медиапроекта.	Знать: особенности создания и реализации медиапроекта
		ИПК 7.2. Умеет планировать работу и сотрудничать с техническими службами.	Уметь: планировать работу и сотрудничать с техническими службами.
		ИПК 7.3. Владеет навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок.	Владеть: навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Современный менеджмент медиасистем» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений. Дисциплина изучается на 4 курсе(ах) в 8 семестре(ах).

Цели изучения дисциплины: формирование глубоких и системных знаний выпускника о различного рода научных положениях и концепциях современной журналистики, связанных с историей и современным состоянием журналистики и медиасферы в целом.

3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)

Содержание рабочей программы представлено в Приложении № 1.

4. Фонд оценочных средств по дисциплине

4.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Код и формулировка компетенции: **ПК-3** – Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		2 («не удовлетворительно»)	3 («Удовлетворительно»)	4 («Хорошо»)	5 («Отлично»)
ИПК 3.1. Знает принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Знать: принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Знает: принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Слабо знает принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Хорошо знает принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Сформированные знания принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ИПК 3.2. Умеет отбирать релевантную информацию из доступных источников	Уметь: отбирать релевантную информацию из доступных источников	Умеет: отбирать релевантную информацию из доступных источников	Слабые умения отбирать релевантную информацию из доступных источников	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в умении отбирать релевантную информацию из доступных источников	Сформированные умения отбирать релевантную информацию из доступных источников
ИПК 3.3. Владеет навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Владеть: навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Владеет: навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Слабые навыки формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Сформированные, имеющие незначительные пробелы в во владении навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Сформированные владения навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала

Код и формулировка компетенции: ПК-7 Способен участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами.					
ИПК 7.1. Знает особенности создания и реализации медиапроекта.	Знать: особенности создания и реализации медиапроекта	Не знает особенности создания и реализации медиапроекта	Слабо знает особенности создания и реализации медиапроекта	Хорошо знает особенности создания и реализации медиапроекта	Обладает познаниями свыше требований к оценке «хорошо».
ИПК 7.2. Умеет планировать работу и сотрудничать с техническими службами.	Уметь: планировать работу и сотрудничать с техническими службами.	Не умеет планировать работу и сотрудничать с техническими службами.	Слабо умеет планировать работу и сотрудничать с техническими службами	Хорошо умеет планировать работу и сотрудничать с техническими службами	Обладает познаниями свыше требований к оценке «хорошо».
ИПК 7.3. Владеет навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок.	Владеть: навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок	Не владеет навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок	Слабо владеет навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок	Хорошо владеет навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок	Обладает познаниями свыше требований к оценке «хорошо».

4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы ормирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	Оценочные средства
ИПК 3.1. Знает принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Знать: принципы и методы создания, обработки, компоновки и распространения (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории	Опрос Доклад
ИПК 3.2. Умеет отбирать релевантную информацию из доступных источников	Уметь: отбирать релевантную информацию из доступных источников	Опрос Доклад
ИПК 3.3. Владеет навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Владеть: навыками формирования контактов с представителями различных сегментов общества, необходимых для создания материала	Опрос Доклад
ИПК 7.1. Знает особенности создания и реализации медиапроекта.	Знать: особенности создания и реализации медиапроекта	Опрос Доклад
ИПК 7.2. Умеет планировать работу и сотрудничать с техническими службами.	Уметь: планировать работу и сотрудничать с техническими службами.	Опрос Доклад
ИПК 7.3. Владеет навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок.	Владеть: навыками продвижения медиапродукта на информационный рынок	Опрос Доклад

Рейтинг-план дисциплины
«Современный менеджмент медиасистем»

Направление: Журналистика
профиль «Корреспондент СМИ»
курс 4, семестр 8

Виды учебной деятельности студентов	Бал за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1.				
Текущий контроль			0	30
1. Индивидуальный опрос	5	3	0	15
2. Доклад	15	1	0	15
Рубежный контроль			0	20
Контрольная работа	20	1	0	20
ИТОГО				50

Модуль 2.				
Текущий контроль			0	30
1. Индивидуальный опрос	5	3	0	15
2. Доклад	15	1	0	10
Рубежный контроль			0	20
1. Контрольная работа	20	1		15
ИТОГО				50
Поощрительные баллы				
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей	5		0	5
2. Участие в научной конференции	5		0	5
ИТОГО				10
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
3.Посещение лекционных занятий			0	- 6
4.Посещение практ. (семинарских, лаборат.занятий)			0	- 10
Итоговый контроль				
Зачет				110

Индивидуальный опрос

Индивидуальный опрос проводится после изучения теоретического материала модуля с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного теоретического материала.

Критерии оценивания ответа на вопрос
 Высшая оценка – 5 баллов
 Критерии оценки в баллах:

5 баллов выставляется студенту, если: 1) демонстрирует умение анализировать и теоретически оценивать эмпирические факты; 2) он устанавливает междисциплинарные связи; 3) обнаруживает аналитический подход в освещении разных концепций; 4); приводит убедительные примеры из практики работы журналистов; 5) обосновывает свою точку зрения.

4 балла выставляется студенту, если выполнено всего 4 из вышеуказанных условий;

3 балла выставляется студенту, если выполнено всего 3 из вышеуказанных условий; **2 балла** выставляется студенту, если проявил неудовлетворительное владение материалом работы и не смог ответить на большинство поставленных вопросов по теме. Студент продемонстрировал недостаточный уровень владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

1 балл выставляется студенту, если нет понимания вопроса, допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии, не смог ответить ни на один поставленный вопрос по теме. Студент продемонстрировал полное отсутствие владения умениями и навыками при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала.

Критерии оценки для заочной формы обучения

«Зачтено» выставляется, если студент продемонстрировал умение применять теоретические знания при выполнении практического задания.

«Не зачтено» выставляется студенту, если обнаруживается слабое умение применять теоретические знания при выполнении практического задания, допущены грубые ошибки.

Примерный перечень вопросов для индивидуального опроса

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
3. Организационная структура редакции и штатное расписание.
4. Понятие менеджмента. Менеджмент в СМИ и его функции.
5. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
6. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.). Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в РФ и РБ.
7. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
8. Рынок и свобода журналистской деятельности.
9. Характеристика требований к журналисту. Имидж периодического издания.

Критерии оценивания доклада

Доклад рассчитан на 15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. Во вводной части доклада обычно раскрывается научнопрактическое значение темы сообщения, перечисляются основные вопросы содержания доклада. В основной части излагается материал, приводятся точки зрения на выдвинутую проблему. Студенту желательно высказать собственное мнение по излагаемой теме. В заключительной части доклада делаются краткое обобщение выступления и выводы.

Критерии оценки для заочной формы обучения

«Зачтено» выставляется, если студент продемонстрировал умение применять теоретические знания при выполнении практического задания.

«Не зачтено» выставляется студенту, если обнаруживается слабое умение применять теоретические знания при выполнении практического задания, допущены грубые ошибки.

Высшая оценка – 5 баллов

Критерии оценки в баллах:

Примерный перечень тем для доклада

1. Двойственная природа журналистской информации. Информационный рынок.
2. Языковые особенности рынка СМИ.
3. Географические особенности рынка СМИ.
4. Правовые предпосылки организации медиабизнеса.
5. Организационная форма СМИ.
6. Выход СМИ на международные рынки. IPO.
7. Структура владения СМИ. Оффшоры. Тресты.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
3. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
4. Бизнес-план редакции, его свойства и типология.
5. Организационная структура редакции и штатное расписание.
6. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга.
7. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка
8. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
9. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
10. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ. 11. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
12. Маркетинговый и рекламный бюджет. Методы распространения и каналы распределения продукции в СМИ.
13. Понятие менеджмента. Менеджмент в СМИ и его функции.
14. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.
15. Обязанности и качества руководителя. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
16. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
17. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
18. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
19. Антикризисное управление в редакции.
20. Понятие логистики и ее применение в СМИ. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график).
21. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования).
22. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
23. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ, виды налогов и внебюджетные фонды.
24. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
25. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
26. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
27. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.
28. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
29. Внутрифирменная реклама.
30. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.). Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в РФ и РБ.
31. Рынок бумаги и типографских услуг в РФ.

32. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара. 38
33. Характеристика рыночной экономической системы, ее отличия от командно-административной экономики.
34. Рекламно-коммерческие и творческие подразделения, их роль в успехе изданий и программ.
35. СМИ как субъект и объект рыночной экономики.
36. Проблемы акционирования средств массовой информации.
37. Особенности хозяйственной деятельности СМИ в период экономического кризиса. Концентрация и монополизация рынка СМИ.
38. Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области СМИ. Сущность и природа собственности в СМИ. Субъекты и объекты собственности.
- 39.
40. Понятия и виды деловой политики СМИ, факторы ее построения.
41. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства в области СМИ.
42. Обеспечение безопасности коммерческой тайны в СМИ.
43. Системы оплаты труда и стимулирования трудовой активности в практике российских СМИ.
44. Производительность труда в СМИ: ее измерение, исчисление, показатели.
45. Сферы предпринимательской активности в практике российских СМИ.
46. Социальная ответственность российской журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.
47. Цели и задачи редакционного менеджмента. Менеджмент СМИ и этика.
48. Система методов управления редакционным коллективом.
49. Характеристика структуры телерадиокомпании и информационного агентства.
50. Планирование работы редакции.
51. Рынок и свобода журналистской деятельности.
52. Характеристика требований к журналисту. Имидж периодического издания.
53. Структура расходов редакции.
54. Подписка и розница. «Смерть» подписки.
55. Структура цены номера печатного издания.
56. Логистика на рынке СМИ.
57. Рекламная политика изданий.
58. Ценовая политика изданий.
59. Маркетинговые исследования в СМИ.
60. Методы маркетинговых исследований в СМИ.
61. Маркетинговые технологии в СМИ.
62. Структура службы маркетинга.
63. Самоокупаемость и прибыльность СМИ. Дотационные издания.
64. Редакционный менеджмент.
65. Состав редакционного коллектива.
66. Плоская и пирамидальная структура редакции.
67. Уровни редакционного менеджмента.
68. Особенности бизнес плана в СМИ.
69. Законодательство о СМИ как регулятор деятельности редакционного менеджмента.
70. Кадровая политика редакции.
71. Ритмичность и цикличность редакционной деятельности.
72. Основные принципы анализа аудитории СМИ.
73. Этический аспект медиабизнеса.

Пример экз. билета.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФГБОУ ВО БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ БАШКИРСКОЙ ФИЛОЛОГИИ, ВОСТОКОВЕДЕНИЯ И ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра журналистики

Дисциплина: Современный менеджмент медиасистем

Направление подготовки: 42.03.02. Журналистика

Направленность (профиль подготовки): Корреспондент средств массовой информации

4 курс

Экзаменационный билет № 1

1. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.). Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в РФ и РБ.
2. Рынок бумаги и типографских услуг в РФ.

И.о. зав. кафедрой журналистики

Мустафина Р.Д.

Перевод оценки из 100-балльной в четырехбалльную производится следующим образом:

- отлично – от 80 до 110 баллов (включая 10 поощрительных баллов);
- хорошо – от 60 до 79 баллов;
- удовлетворительно – от 45 до 59 баллов;
- неудовлетворительно – менее 45 баллов.

Критерии оценивания ответа на экзамене для очной формы обучения (в баллах):

- **25-30 баллов** выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей различных СМИ, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы;

- **17-24 баллов** выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности;

- **10-16баллов** выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос;

- **1-10 баллов** выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

Критерии оценивания ответа на экзамене для заочной формы обучения:

«**Отлично**» выставляется студенту, если студент дал полные, развернутые ответы на все теоретические вопросы билета, продемонстрировал знание функциональных возможностей различных СМИ, терминологии, основных элементов, умение применять теоретические знания при выполнении практических заданий. Студент без затруднений ответил на все дополнительные вопросы;

«**Хорошо**» выставляется студенту, если студент раскрыл в основном теоретические вопросы, однако допущены неточности в определении основных понятий. При ответе на дополнительные вопросы допущены небольшие неточности;

«**Удовлетворительно**» выставляется студенту, если при ответе на теоретические вопросы студентом допущено несколько существенных ошибок в толковании основных понятий. Логика и полнота ответа страдают заметными изъянами. Заметны пробелы в знании основных методов. Теоретические вопросы в целом изложены достаточно, но с пропусками материала. Имеются принципиальные ошибки в логике построения ответа на вопрос;

«**Неудовлетворительно**» выставляется студенту, если ответ на теоретические вопросы свидетельствует о непонимании и крайне неполном знании основных понятий и методов. Студент не смог ответить ни на один дополнительный вопрос.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины 5.1.

Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература:

1. **Гуревич, Семен Моисеевич.** Экономика средств массовой информации / С. М. Гуревич .— М. : Изд-во им. Сабашниковых, 1999 .— 256 с.
2. Экономика и управление социальной сферой : учебник / под ред. Е.Н. Жильцова, Е.В. Егорова ; Московский государственный университет им. М.В. Ломоносова, Экономический факультет и др. - Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2018. - 496 с. : ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-394-02423-8 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=495762>

Дополнительная литература:

1. Маслов, В.И. Эффективное управление современными сотрудниками : учебное пособие / В.И. Маслов ; Московский государственный университет имени М. В. Ломоносова, Факультет глобальных процессов. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2017. - 133 с. : схем., табл. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9047-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=455583>
2. Акмаева, Р.И. Менеджмент : учебник / Р.И. Акмаева, Н.Ш. Епифанова. - Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2018. - 442 с. : табл., ил. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-4475-9631-6 ; То же [Электронный ресурс]. - URL:<http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=491959>
3. **Песоцкая, Елена Владимировна.** Менеджмент : учебник для бакалавров / Е. В. Песоцкая, О. В. Русецкая, Л. А. Трофимова ; СПб. гос. ун-т экономики и финансов ; под ред. А. Н. Петрова .— М. : Юрайт, 2011 .— 641 с.
4. **Коротков, Эдуард Михайлович.** Менеджмент : учебник для бакалавров / Э. М. Коротков .— 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Юрайт, 2013 .— 640 с.

5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины, включая профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Права на программы для ЭВМ операционная система для персонального компьютера Win SL 8 Russian OLP NL AcademicEdition Legalization GetGenuine.
2. Права на программы для ЭВМ обновление операционной системы для персонального компьютера Windows Professional 8 Russian Upgrade OLP NL Academic Edition. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
3. Программа для ЭВМ Office Standard 2013 Russian OLP NL AcademicEdition. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.
4. Офисный пакет LibreOffice. Стандартная общественная лицензия GNU GPL. <https://www.gnu.org/licenses/gpl-2.0.txt>

В ходе подготовки к практическим занятиям, а также выполнении заданий для самостоятельной работы обучающиеся могут при необходимости использовать возможности информационно- справочных систем, электронных библиотек и архивов БашГУ.

Пользователям библиотеки БашГУ предоставляется возможность использования следующих электронных информационных ресурсов:

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
Учебные ресурсы					
1.	Электроннобиблиотечная система «Электронный читальный зал»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий, которая включает издания преподавателей БашГУ	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	https://bashedu.bibliotech.ru/Account/LogOn
2.	Электроннобиблиотечная система «Университетская библиотека online»	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://www.biblioclub.ru/
3.	Электроннобиблиотечная система	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных изданий	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший доступ из любой точки сети Интернет	http://e.lanbook.com/

	издательства «Лань»				
Российские научные ресурсы					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационноаналитической системе Science Index	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза. Пользование ресурсами открытого доступа с любого компьютера в сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ	http://elibrary.ru/
5.	База данных «Вестники Московского университета» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД научных статей, опубликованных в журнале «Вестник МГУ» (25 серий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
6.	База данных «Издания по общественным и гуманитарным наукам» (на платформе East View)	Полнотекстовая БД статей, опубликованных в научных журналах (более 80 названий)	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://online.ebiblioteka.ru/
7.	База данных «POLPRED»		Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.polpred.com/
8.	Электронная база данных диссертаций РГБ	Полнотекстовая БД электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	Авторизованный доступ по паролю в сети вуза	Регистрация в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	http://www.diss.rsl.ru/

Зарубежные научные ресурсы

9.	SCOPUS	<p>Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский</p>	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.scopus.com/
10.	Taylor and Francis	<p>Полнотекстовые научные журналы, книги и реферативные журналы. В ресурс включены издания по химии, физике, биологии, наукам о земле, медицине, инженерным и компьютерным наукам, математике, статистике и информатике, а также по экономике и менеджменту, социологии, образованию, праву, филологии, искусствоведению, психологии и т. д. Язык английский</p>	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.tandfonline.com/

6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

<i>Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий</i>	<i>Вид занятий</i>	<i>Наименование оборудования, программного обеспечения</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: аудитория № 414 (главный корпус), аудитория № 425 (главный корпус).</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус), аудитория № 415, (главный корпус)</p> <p>3. Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: Лаборатория ИТ № 312 (главный корпус)</p> <p>4. Помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1(главный корпус)</p>	<p align="center"><i>Лекции</i></p> <p align="center"><i>Практические занятия</i></p> <p align="center"><i>Промежуточная аттестация</i></p> <p align="center"><i>Самостоятельная работа</i></p>	<p align="center">Лаборатория компьютерной филологии № 412</p> <p>Учебная мебель, шкаф, доска, видеокамера Sony PXW-70 – 1 шт., системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro – 2 шт., персональный компьютер i7/H170/8Gb/HDD1Tb/SSD1120/DVDRW/ATX450W /2 – 1 шт.</p> <p align="center">Аудитория № 414.</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, экран настенный для проектора DINON Electric L 274*366 MW - 1 шт., проектор мультимедийный MITSUBISHI EX 320U XGA, акустическая система APart MASK 4T-W- 6 шт. Аудитория № 425</p> <p>Учебная мебель, доска, кафедра, мобильный переносной проектор PJD5226 – 1 шт., экран на штативе 224*183 – 1 шт.</p> <p align="center">Аудитория № 415.</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска, экран настенный Classic Solution - 1 шт. модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U - 1 шт.</p> <p align="center">Лаборатория ИТ № 312</p> <p>Учебная мебель, доска, учебно-наглядные пособия, трибуна, интерактивная доска SMART с проектором V25 – 1 шт., 12 компьютеров – системный блок USN Quad Core 3,2 GHz Gb / Hdd 500 Gb / H 81 / TX 450 W / мышь USB / LSD монитор 1,5" / Vin 10 Pro</p> <p align="center">Читальный зал № 1</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт., принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p> <p>Программное обеспечение:</p> <ol style="list-style-type: none"> Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензия бессрочная. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензия бессрочная.

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «Современный менеджмент медиасистем»
на 8 семестр

очная

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ / 108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	37,2
Лекций	18
практических/ семинарских	18
Лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	36
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	34,8

Форма контроля: зачет 8 семестр

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ.	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Модуль 1							
1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.	2	2		1.8	О – 1, 2; Д – 1-4	Самостоятельное изучение литературы (подготовить доклад)	опрос, проверка доклада
2	Экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка массмедиа.	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
3	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
4	Организационная структура редакции и ее эффективность. Кто и как приносит деньги редакции?	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
5	Маркетинг СМИ: анализ рынка	2	2		4	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
6	Маркетинг СМИ: стратегия завоевания своей «ниши» на рынке	2	2		5	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада

7	План производства и себестоимость	2	2		5	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
8	Менеджмент в редакции. Фактор управления. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления. Элементы логистики в работе редакции	2	2		5	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
9	Поиск оптимальной финансовой модели: финансовый план редакции	2	2		3	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
		18	18		36			

Всего: 108 часа 3 зет

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«БАШКИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины
«Современный менеджмент медиасистем»
на 8 семестр
заочная

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	3 ЗЕТ / 108
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	17
Лекций	8
практических/ семинарских	8
Лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	1,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	83
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	7,8

№ п/п	Тема и содержание	Форма изучения материалов: лекции, практические занятия, семинарские занятия, лабораторные работы, самостоятельная работа и трудоемкость (в часах)				Основная и дополнительная литература, рекомендуемая студентам (номера из списка)	Задания по самостоятельной работе студентов	Форма текущего контроля успеваемости (коллоквиумы, контрольные работы, компьютерные тесты и т.п.)
		ЛК	ПР/СЕМ.	ЛР	СР			
1	2	3	4	5	6	7	8	9
	Модуль 1							
1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.	2	2		21	О – 1, 2; Д – 1-4	Самостоятельное изучение литературы (подготовить доклад)	опрос, проверка доклада
2	Экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка массмедиа.	2	2		21	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
3	Менеджмент в редакции. Фактор управления. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления. Элементы логистики в работе редакции	2	2		21	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
4	Поиск оптимальной финансовой модели: финансовый план редакции	2	2		20	О – 1, 2; Д – 1-4	подготовить доклад	опрос, проверка доклада
	Всего: 144	8	8		83			