


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

Актуализировано:
на заседании кафедры
протокол №12 от «23» июня 2017 г.

И.о. зав.кафедрой  /Магадеева Р.Р.

Согласовано:
Председатель УМК факультета
башкирской филологии и журналистики

 / Гареева Г.Н.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Дисциплина Экономика и менеджмент СМИ

Базовая часть

программа бакалавриата

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки
История, теория и практика журналистики

Квалификация
Бакалавр

Разработчик (составитель)
Доцент, канд.филол. наук



/ Алиева С.А.

Для приема: 2015

Уфа - 2017 г.

Составитель: к.ф.н. Алиева С.А.

Рабочая программа дисциплины актуализирована на заседании кафедры журналистики, протокол №12 от «23» июня 2017 г.

Дополнения и изменения (обновили лицензионное программное обеспечение, базы данных и информационные справочные системы, перечень основной и дополнительной литературы), внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры журналистики протокол № 11 от «28» июня 2018 г.

И. о заведующего кафедрой  / Магадеева Р. Р.

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в рабочую программу дисциплины, утверждены на заседании кафедры журналистики, протокол № ____ от « ____ » _____ 20 _ г.

Заведующий кафедрой _____ / _____ Ф.И.О/

Список документов и материалов

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)
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
 - 4.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
 - 4.3. Рейтинг-план дисциплины
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины
 - 5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

В результате освоения образовательной программы обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Результаты обучения		Формируемая компетенция (с указанием кода)	Примечание
Знания	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none"> – основы экономики в различных сферах жизнедеятельности; – базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; - основы медиаменеджмента 	<p>ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-11 - 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.</p>	
Умения	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать тенденции развития экономики в различных сферах жизнедеятельности; – учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы 	<p>ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-11 - способность учитывать в профессиональной деятельности</p>	

	деятельности СМИ	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.	
Владения (навыки / опыт деятельности)	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> – навыками использования экономических знаний в профессиональной деятельности; – навыками продвижения публикаций СМИ 	<p>ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-11 - 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.</p>	

2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» относится к базовой части.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 8 семестре.

Цели изучения дисциплины: формирование глубоких и системных знаний выпускника о различного рода научных положениях и концепциях современной журналистики, связанных с медиэкономикой и медиаменеджментом. Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин: Экономика, Язык рекламы, Практика рекламы, Подготовка и защита выпускной квалификационной работы.

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

ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать основы экономики в различных сферах жизнедеятельности	Не знает основы экономики в различных сферах жизнедеятельности	В целом знает основы экономики в различных сферах жизнедеятельности

Второй этап (уровень)	Уметь анализировать тенденции развития экономики в различных сферах жизнедеятельности	Не умеет анализировать тенденции развития экономики в различных сферах жизнедеятельности	Уметь анализировать тенденции развития экономики в различных сферах жизнедеятельности
Третий этап (уровень)	Владеть навыками использования экономических знаний в профессиональной деятельности	Не владеет навыками использования экономических знаний в профессиональной деятельности	Владеет навыками использования экономических знаний в профессиональной деятельности

ОПК-11 - 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

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; основы медиа-менеджмента	Не знает базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; основы медиа-менеджмента	В целом знает базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; основы медиаменеджмента
Второй этап (уровень)	Уметь учитывать в профессиональной деятельности эконо-	Не умеет учитывать в профессиональной деятельности эконо-	Умеет учитывать в профессиональной деятельности эконо-

	мические регуляторы деятельности СМИ	мические регуляторы деятельности СМИ	мические регуляторы деятельности СМИ
Третий этап (уровень)	Владеть навыками продвижения публикаций СМИ	Не владеет навыками продвижения публикаций СМИ	Владеет навыками продвижения публикаций СМИ

Шкалы оценивания для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),

не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

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

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	Знать: – основы экономики в различных сферах жизнедеятельности; – базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса; - основы медиаменеджмента	ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности ОПК-11 - способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного	1. Индивидуальный опрос 2. Доклад

		статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента.	
2-й этап Умения	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> – анализировать тенденции развития экономики в различных сферах жизнедеятельности; – учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ 	<p>ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-11 - 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.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Индивидуальный опрос 2. Доклад

<p>3-й этап</p> <p>Владеть навыками</p>	<p>Владеть:</p> <p>– навыками использования экономических знаний в профессиональной деятельности;</p> <p>- навыками продвижения публикаций СМИ</p>	<p>ОК-4 - способность использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности</p> <p>ОПК-11 - 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.</p>	<p>1. Контрольная работа</p>
---	--	---	------------------------------

4.3. Рейтинг-план дисциплины

Рейтинг-план дисциплины представлен в приложении 2.

Вопросы для зачета (для студентов заочного отделения)

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.
4. Организационная структура редакции и штатное расписание.
5. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга.
6. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.

7. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение.
8. Менеджмент в СМИ и его функции.
9. Антикризисное управление в редакции.
10. Понятие логистики и ее применение в СМИ. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график).
11. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ, виды налогов и внебюджетные фонды.
12. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
13. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
14. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
15. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.
16. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
17. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
18. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в РФ и РБ.
19. Рынок бумаги и типографских услуг в РФ.
20. Рекламно-коммерческие и творческие подразделения, их роль в успехе изданий и программ.
21. СМИ как субъект и объект рыночной экономики.
22. Проблемы акционирования средств массовой информации.
23. Особенности хозяйственной деятельности СМИ в период экономического кризиса. Концентрация и монополизация рынка СМИ.
24. Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области СМИ.
25. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства в области СМИ.
26. Системы оплаты труда и стимулирования трудовой активности в практике российских СМИ.
27. Производительность труда в СМИ: ее измерение, исчисление, показатели.
28. Сферы предпринимательской активности в практике российских СМИ.
29. Социальная ответственность российской журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.
30. Система методов управления редакционным коллективом.
31. Планирование работы редакции.
32. Структура расходов редакции.
33. Подписка и розница. «Смерть» подписки.
34. Структура цены номера печатного издания.
35. Ценовая политика изданий.
36. Самокупаемость и прибыльность СМИ. Дотационные издания.
37. Особенности бизнес плана в СМИ.
38. Законодательство о СМИ как регулятор деятельности редакционного менеджмента.
39. Кадровая политика редакции.

40. Основные принципы анализа аудитории СМИ.

Критерии оценки ответа на зачете для заочной формы обучения:

«Зачтено» выставляется студенту, если: 1) демонстрирует понимание медиаэкономики и медиаменеджмента; 2) он устанавливает междисциплинарные связи; 3) обнаруживает аналитический подход в освещении разных концепций; 4) приводит убедительные примеры из медиaprактики; 5) обосновывает свою точку зрения.

«Не зачтено» 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

Примерные вопросы для индивидуальных опросов

Индивидуальный опрос проводится после изучения теоретического материала модуля с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения учебного теоретического материала. Это метод контроля применяется для оценки знания одного студента или группы.

Вопрос задается всей группе, затем необходима небольшая пауза для того, чтобы все студенты приготовились к ответу, а вызывают для ответа конкретного студента. Оценивается ответ не только отвечающего студента, но и тех, кто участвовал в обсуждении.

Вопросы

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.
4. Организационная структура редакции и штатное расписание.
5. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга.
6. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
7. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение.
8. Менеджмент в СМИ и его функции.
9. Антикризисное управление в редакции.
10. Понятие логистики и ее применение в СМИ. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график).
11. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ, виды налогов и внебюджетные фонды.
12. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
13. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
14. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.

Критерии оценивания в баллах для очной формы обучения:

- **5 баллов** выставляется студенту, если: 1. точно используются специализированные понятия; 2. в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; 3. В ответе приводится пример из практики СМИ. Студент показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

- **4 балла** выставляется студенту, если в ответе допущены неточности при освещении основного содержания ответа, неточно используется специализированная терминология, не имеет определенной логической последовательности. Студент показал хорошие владения навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

- **3 балла** выставляется студенту, если нет общего понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии. Студент показал удовлетворительное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

- **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 оценивания для заочной формы обучения:

«**Зачтено**» выставляется студенту, если: 1. точно используются специализированные понятия; 2. в ответе отслеживается четкая структура, выстроенная в логической последовательности; 3. В ответе приводится пример из СМИ. Студент показал отличное владение навыками применения полученных знаний и умений при решении профессиональных задач в рамках усвоенного учебного материала;

«**Не зачтено**» 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.

Доклад

Доклад рассчитан на 15 минут. Структурно он должен состоять из трех частей: вводной, основной и заключительной. Во вводной части доклада обычно раскрывается научно-практическое 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.

Примерные темы докладов

1. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
2. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в РФ и РБ.
3. Рынок бумаги и типографских услуг в РФ.
4. Рекламно-коммерческие и творческие подразделения, их роль в успехе изданий и программ.
5. СМИ как субъект и объект рыночной экономики.
6. Проблемы акционирования средств массовой информации.
7. Особенности хозяйственной деятельности СМИ в период экономического кризиса. Концентрация и монополизация рынка СМИ.
8. Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области СМИ.
9. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства в области СМИ.
10. Системы оплаты труда и стимулирования трудовой активности в практике российских СМИ.
11. Производительность труда в СМИ: ее измерение, исчисление, показатели.
12. Сферы предпринимательской активности в практике российских СМИ.
13. Социальная ответственность российской журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.
14. Система методов управления редакционным коллективом.
15. Планирование работы редакции.
16. Структура расходов редакции.
17. Подписка и розница.
18. Структура цены номера печатного издания

Критерии оценивания в баллах для очной формы обучения:

- **5 баллов** выставляется студенту, если: 1) студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2) продемонстрировал свои коммуникативные навыки (не чтение доклада, а рассказ), 3) использованы конкретные примеры из медиапрактики; 4) правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5) грамотно оформил презентацию и оформил доклад в соответствии с требованиями;

- **4 балла** выставляется студенту, если выполнено всего 4 (1-4) из вышеуказанных условий;

- **3 балла** выставляется студенту, если выполнено всего 3 (1-3) из указанных условий;

- **2 балла** выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями;

- **1 балл** выставляется студенту, если он демонстрировал неудовлетворительное владение материалом.

Критерии оценивания для заочной формы обучения:

«Зачтено» выставляется студенту, если: 1) студент показал умение выделить основную идею, показать обзор мнений, 2) продемонстрировал свои коммуникативные навыки (не чтение доклада, а рассказ), 3) использованы конкретные примеры из медиапрактики; 4)

правильность и своевременность ответов на дополнительные вопросы; 5) грамотно оформил презентацию и оформил доклад в соответствии с требованиями;

«**Не зачтено**» выставляется студенту, если он показал общий обзор мнений, не смог ответить на дополнительные вопросы, но оформил доклад в соответствии с требованиями

Контрольная письменная работа

Письменная работа проводится два раза в семестре в рамках рубежного контроля после завершения 1 и 2 модулей для подведения итогов по изученному разделу учебной программы с целью выяснения степени усвоения учебного теоретического материала. Студенты выполняют два задания по предложенным темам и сдают в срок, назначенный преподавателем.

Первая работа выполняется по Модулю 1. Студент должен продемонстрировать умение анализировать факторы, влияющие на медиаэкономику в стране и Башкортостане. Для этого он должен проанализировать ее современное состояние.

Задание выполняется письменно и сдается преподавателю в течение предусмотренного срока после объявления.

Вторая работа выполняется по Модулю 2. Студент должен продемонстрировать навыки анализа современной профессиограммы журналистики. Задание выполняется письменно и сдается преподавателю в течение предусмотренного срока после объявления.

Задание 1

1. Написать рассуждение на тему: «Факторы, оказавшие влияние на экономику СМИ Башкортостана»

Задание 2

2. Написать рассуждение на тему: «Медиаменеджмент как фактор успешности СМИ»

Критерии оценивания в баллах для очной формы обучения:

- **15 баллов** выставляется студенту, если он выполнил задание без ошибок или допустил незначительную (не грубую) ошибку, не повлиявшую на ответ, и продемонстрировал: систематизированные, глубокие и полные знания по основным вопросам, выходящим за ее пределы; навыки анализа тенденций развития медиаэкономики РФ и РБ, высокий уровень культуры исполнения заданий;

- **12-8 баллов** выставляется студенту, если он допустил незначительные ошибки. Студент продемонстрировал: полные знания по всем разделам учебной дисциплины, а также по основным вопросам, выходящим за ее пределы; навыки анализа тенденций в журналистской профессии;

- **7-3 балла** выставляется студенту, если он выполнил все задания, но допустил множество ошибок и продемонстрировал неполные, недостаточные знания по всем разделам учебной программы по дисциплине;

- **2-1 балл** выставляется студенту, если он не выполнил ни одно задание, показал полное отсутствие знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования.

Критерии оценивания для заочной формы обучения:

Зачтено» выставляется студенту, если он выполнил задание без ошибок и продемонстрировал: систематизированные, глубокие и полные знания по основным вопросам, выходящим за ее пределы; навыки анализа тенденций развития медиаэкономики РФ и РБ, высокий уровень культуры исполнения заданий;

«Не зачтено» выставляется студенту, если он не выполнил ни одно задание, показал полное отсутствие знаний в рамках образовательного стандарта высшего образования.

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература («О»)

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

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:

1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.
2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.

№	Учебные и научные ресурсы	Характеристика	Доступ	Регистрация	Ссылка на ресурс
Учебные ресурсы					
1.	Электронно-библиотечная 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.	Электронно-библиотечная 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.	Электронно-библиотечная система издательства	Полнотекстовая БД учебных и научных электронных	Авторизованный доступ по паролю из любой точки сети Интернет	Регистрация из сети БашГУ, дальнейший	http://e.lanbook.com/

	«Лань»	изданий		доступ из любой точки сети Интернет	
Российские научные ресурсы					
4.	Научная электронная библиотека (eLibrary)	Полнотекстовая и аннотированная БД электронных научных изданий и публикаций в периодических изданиях; доступ к информационно-аналитической 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	Полнотекстовая БД	Авторизованный	Регистрация	http://www.diss.r

	данных диссертаций РГБ	электронных диссертаций, хранящихся в РГБ	доступ по паролю в сети вуза	в Отделе Электронной информации Библиотеки (корпус физмата, к.201)	sl.ru/
Зарубежные научные ресурсы					
9.	SCOPUS	Наукометрическая, библиографическая и реферативная база данных издательской корпорации Elsevier. Язык английский	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.scopus.com/
10.	Taylor and Francis	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,	Доступ в сети вуза	Без регистрации	http://www.tandfonline.com/

		психологии и т. д. Язык английский			
--	--	---------------------------------------	--	--	--

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

Наименование специализированных аудиторий, кабинетов, лабораторий	Вид занятий	Наименование оборудования, программного обеспечения
<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 проведения групповых и индивидуальных консультаций: Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус).</p> <p>4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: Лаборатория ИТ № 312, Лаборатория компьютерной филологии № 412 (главный корпус)</p> <p>5. Помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус)</p>	<p>Лекции,</p> <p>практические,</p> <p>консультации,</p> <p>текущий контроль, промежуточная аттестация,</p> <p>самостоятельная работа</p>	<p>Аудитория № 414. 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.</p> <p>Аудитория № 425. Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, доска., мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183.</p> <p>Аудитория № 415. 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>Лаборатория ИТ № 312 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>Лаборатория компьютерной филологии № 412 Учебная мебель, шкаф, доска, видеочамера 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/DVD-RW/ATX450W/2 – 1 шт..</p> <p>Читальный зал № 1 Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, стенд по пожарной безопасности, моноблоки стационарные – 5 шт., принтер – 1 шт., сканер – 1 шт.</p>

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины Экономика и менеджмент СМИ на 8 семестр

очная
 форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	36,2
Лекций	18
практических/ семинарских	18
Лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	35,8
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	-

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 дополни- тельная литература, рекомен- дуемая 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
1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.	2	2		4	О-1; Д-1,2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, ознакомление с РПД	Индивидуальный опрос
2.	Экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка масс-медиа.	2	2		4	О-1, 2; Д-1-4	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка докладов
3	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	2	2		4	О-1; Д-1,2,3	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	1.Индивидуальный опрос 2.Проверка докладов
4	Организационная структура редакции и ее эффективность. Кто и как приносит деньги редакции?	2	2		4	О-1, 2; Д-1,2,3	Выполнение контрольного задания	1.Проверка Докладов 2. Контрольная письменная работа
Итог Модуль		8	8		16			

1								
5	Маркетинг СМИ: анализ рынка	2	2		5	О-1,2; Д- 1,2,3,4	Выполнение задания по опросу	1.Индивидуальный опрос
6	Маркетинг СМИ: стратегия завоевания своей «ниши» на рынке	2	2		5	О-1; Д-1-4	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	Проверка докладов
7	План производства и себестоимость	4	2		5	О-1,2; Д-1-4	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	1.Индивидуальный опрос 2. Проверка докладов
8	Менеджмент в редакции. Фактор управления. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления	2	4		4,8	О-1,2; Д-1-4	Выполнение контрольной работы	1.Проверка докладов 2. Контрольная письменная работа
	Итог Модуль 2	10	10		19,8			
	Всего часов	18	18		35,8			

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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ

дисциплины «**Экономика и менеджмент СМИ**»

заочная

Вид работы	Объем дисциплины
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 ЗЕТ / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	16.2
Лекций	8
практических/ семинарских	8
Лабораторных	-
других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем) (ФКР)	0.2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся (СР)	52
Учебных часов на подготовку к экзамену/зачету/дифференцированному зачету (Контроль)	3.8

Форма контроля зачет

№ 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
1	Экономические условия на рынке масс-медиа. Редакция как предприятие. Идеология и становление рынка СМИ.		2		7	О-1; Д-1,2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы	Индивидуальный опрос
2.	Экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка масс-медиа.				7	О-1, 2; Д-1-4	Выполнение практического задания (подготовить доклад)	Проверка докладов
3	Бизнес-план и рыночная модель предприятия	2			7	О-1; Д-1,2,3	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	1.Индивидуальный опрос 2.Проверка докладов
4	Организационная структура редакции и ее эффективность. Кто и как приносит деньги редакции?		2		7	О-1, 2; Д-1,2	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	Проверка докладов
5	Маркетинг СМИ: анализ рынка	2	2		6	О-1,2; Д-1,2	Подготовиться к опросу	1.Индивидуальный опрос 2. Проверка докладов

6	Маркетинг СМИ: стратегия завоевания своей «ниши» на рынке	2			6	О-1; Д-1,2,3,4	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	Проверка докладов
7	План производства и себестоимость		2		6	О-1,2; Д-1,2,4	Выполнение практического задания по предыдущей теме (подготовить доклад)	1.Индивидуальный опрос 2. Проверка докладов
8	Менеджмент в редакции. Фактор управления. Стратегия развития редакции и элементы антикризисного управления	2			6	О-1,2; Д-1,2,4	Выполнение контрольной работы	Контрольная письменная работа
	Всего часов	8	8		52			

**Рейтинг-план дисциплины
Экономика и менеджмент СМИ**

Направление 42.03.02. Журналистика, профиль История, теория и практика журналистики

курс 4, семестр 8

Виды учебной деятельности студентов	Бал за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
Модуль 1. Медиаэкономика				
Текущий контроль			0	35
1. Индивидуальный опрос	5	3	0	15
2. Доклад	5	4	0	20
Рубежный контроль			0	15
Письменная контрольная работа	15	1		15
ИТОГО				50
Модуль2. Медиаменеджмент				
Текущий контроль			0	35
1. Индивидуальный опрос	5	3	0	15
2. Доклад	5	4	0	20
Рубежный контроль			0	15
Письменная контрольная работа	15	1		15
ИТОГО				50
Поощрительные баллы				
1. Публикация статей	5		0	5

2. Участие в научных конференциях	5			5
ИТОГО				10
Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)				
3.Посещение лекционных занятий			0	- 6
4.Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	- 10
Итоговый контроль				
Зачет				