



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

Утверждено:  
на заседании кафедры  
протокол от «26» июня 2017 г. № 10  
И.о. зав. кафедрой  / П.Р. Магадеева

Согласовано:  
Председатель УМК факультета  
 / Г.Н. Гареева

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Дисциплина Медиарынок РБ

Вариативная 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

 / Саитбатталов И.Р.

Для приема: 2017 г.

Уфа – 2017 г.

Составитель / составители: доцент, к.ф.н. Саитбатталов И.Р.

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

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

И.о.заведующий 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	4
2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3. Содержание рабочей программы (объем дисциплины, типы и виды учебных занятий, учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся)	5
4. Фонд оценочных средств по дисциплине	6
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	6
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	8
4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)	13
5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	13
5.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	13
5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины	14
6. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине	14

## 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	базовые принципы формирования медиасистем; специфику различных видов СМИ.	ОПК-2: 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	
	принципы редактирования медиатекстов	ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	
	<u>основные принципы разработки концепции медиапроекта</u>	ПК-5: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	
Умения	<u>ориентироваться в российских и мировых тенденциях развития медиаотрасли</u>	ОПК-2: 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	

	анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов.	ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	
	разрабатывать, анализировать и корректировать концепции СМИ	ПК-5: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	
Владения (навыки / опыт деятельности)	<u>навыками применения</u> важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.	ОПК-2: 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	
	навыками редактирования медиатекстов разных типов	ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	
	навыками разработки локального авторского медиапроекта	ПК-5: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	

## **2. Цель и место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина «Медиарынок РБ» относится к вариативной части образовательной программы.

Дисциплина изучается на 4 курсе в 7 семестре.

Цель дисциплины – формирование знаний о рынке масс-медиа в Республике Башкортостан и устойчивых навыков анализа регионального медиарынка.

Для освоения дисциплины необходимы компетенции, сформированные в рамках изучения следующих дисциплин:

Правовые основы журналистики,  
Современные зарубежные СМИ,  
Выпуск учебных СМИ,  
История журналистики Башкортостана,  
Система СМИ.

Эти дисциплины направлены на формирование компетенций ОПК-2, ПК-3, ПК-5.

## **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

ОПК-2: способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа

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 медиасистем; специфику различных видов СМИ	Не знает или знает фрагментарно базовые принципы формирования медиасистем; специфику различных видов СМИ	В целом знает базовые принципы формирования медиасистем; специфику различных видов СМИ
Второй этап (уровень)	Уметь ориентироваться в российских и мировых тенденциях развития медиаотрасли	Не умеет или не способен ориентироваться в российских и мировых тенденциях развития медиаотрасли	Умеет систематически ориентироваться в российских и мировых тенденциях развития медиаотрасли
Третий этап (уровень)	Владеть навыками применения важнейших инновационных практик в сфере массмедиа	Не владеет навыками применения важнейших инновационных практик в сфере массмедиа	Способен систематически навыками применения важнейших инновационных практик в сфере массмедиа

ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов

Этап (уровень)	Планируемые результаты	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено

освоения компетенции	обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)		
Первый этап (уровень)	Знать принципы редактирования медиатекстов	Не знает или знает фрагментарно принципы редактирования медиатекстов	В целом знает принципы редактирования медиатекстов
Второй этап (уровень)	Уметь анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов	Не умеет или не способен анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов	Умеет систематически анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов
Третий этап (уровень)	Владеть <u>навыками</u> редактирования медиатекстов разных типов	Не владеет навыками редактирования медиатекстов разных типов	Способен систематически пользоваться навыками редактирования медиатекстов разных типов

ПК-5: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами

Этап (уровень) освоения компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенций)	Критерии оценивания результатов обучения	
		Не зачтено	Зачтено
Первый этап (уровень)	Знать <u>основные принципы разработки концепции медиапроекта</u>	Не знает или знает фрагментарно <u>основные принципы разработки концепции медиапроекта</u>	В целом знает <u>основные принципы разработки концепции медиапроекта</u>
Второй этап (уровень)	Уметь разрабатывать, анализировать и корректировать концепции СМИ	Не умеет или не способен разрабатывать, анализировать и корректировать концепции СМИ	Умеет систематически разрабатывать, анализировать и корректировать концепции СМИ
Третий этап (уровень)	Владеть основными навыками разработки локального	Не владеет основными навыками разработки локального авторского медиапроекта	Способен систематически применять основные навыки разработки локального авторского медиапроекта



	авторского медиапроекта		
--	----------------------------	--	--

Критериями оценивания на дневной форме обучения являются баллы, которые выставляются преподавателем за виды деятельности (оценочные средства) по итогам изучения модулей, перечисленных в рейтинг-плане дисциплины (для зачета: текущий контроль – максимум 50 баллов; рубежный контроль – максимум 50 баллов, поощрительные баллы – максимум 10).

Шкала оценивания для зачета:

зачтено – от 60 до 110 рейтинговых баллов (включая 10 поощрительных баллов),  
не зачтено – от 0 до 59 рейтинговых баллов).

По заочной форме обучения критериями оценивания является сформированность знаний, умений и владений в рамках соответствующих компетенций.

Шкала оценивания для зачёта:

зачтено – знания, умения и владения сформированы в целом,  
не зачтено – знания, умения и владения не сформированы.

**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**

Этапы освоения	Результаты обучения	Компетенция	Оценочные средства
1-й этап Знания	базовые принципы формирования медиасистем; специфику различных видов СМИ.	ОПК-2: способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа	Устный групповой опрос, практическое задание
	принципы редактирования медиатекстов	ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить	Устный групповой опрос, практическое задание

		их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	
	<u>основные принципы разработки медиапроекта</u>	ПК-5: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	Устный групповой опрос, практическое задание
2-й этап Умения	<u>ориентироваться в российских и мировых тенденциях развития медиаотрасли</u>	ОПК-2: способностью ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа	Устный групповой опрос, практическое задание
	анализировать и оценивать медиатексты с учетом требований, принятых в СМИ разных типов.	ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Устный групповой опрос, практическое задание
	разрабатывать,	ПК-5: способностью	Устный групповой

	анализировать и корректировать концепции СМИ	участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	опрос, практическое задание
3-й этап Владения навыками	<u>навыками применения</u> важнейших инновационных практик в сфере массмедиа.	ОПК-2: способность ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, знать базовые принципы формирования медиасистем, специфику различных видов СМИ, особенности национальных медиамоделей и реалии функционирования российских СМИ, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа	Устный групповой опрос, практическое задание
	навыками редактирования медиа <span>текстов</span> разных типов	ПК-3: способностью анализировать, оценивать и редактировать медиа <span>тексты</span> , приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов	Устный групповой опрос, практическое задание
	навыками разработки локального авторского медиа <span>проекта</span>	ПК-5: способностью участвовать в реализации медиа <span>проекта</span> , планировать работу, продвигать медиа <span>продукт</span> на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	Устный групповой опрос, практическое задание

### **Устный групповой опрос**

Устный групповой опрос проводится после изучения новой темы с целью выяснения наиболее сложных вопросов, степени усвоения информации.

Студент излагает содержание вопроса изученной темы.

Критерии и методика оценивания:

- 5 баллов выставляется студенту, если точно используется специализированная терминология, показано уверенное владение нормативной базой;

- 4 балла выставляется студенту, допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология;

- 3 балла выставляется студенту, нет общего понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии.

Критерии и методика оценивания на заочной форме обучения:

- ответ засчитывается студенту, если точно используется специализированная терминология, показано уверенное владение нормативной базой или допущены один-два недочета при освещении основного содержания ответа, нет определенной логической последовательности, неточно используется специализированная терминология;

- ответ не засчитывается студенту, если нет общего понимания вопроса, имеются затруднения или допущены ошибки в определении понятий, использовании терминологии.

#### **Примеры вопросов устного группового опроса:**

1. Каковы тенденции изменения рынка электронных СМИ в Башкортостане?
2. Какие СМИ входят в структуру холдинга ГУП ТРК «Башкортостан» РБ?
3. Какие учреждения выполняют регулируемую функцию государства на рынке масс-медиа Башкортостана?
4. Какие ниши на рынке масс-медиа Башкортостана являются в настоящий момент незанятыми?
5. Каков вектор развития национальных медиа в Башкортостане?

### **Практическое задание**

Проводится в форме устного опроса после выполнения работы.

Критерии и методика оценивания:

- 0 баллов выставляется студенту, если он не владеет содержанием практической работы;

- 1-5 баллов выставляется студенту, если он частично владеет содержанием практической работы;

- 6-8 балла выставляется студенту, если он владеет содержанием практической работы, но не может объяснить полученные результаты;

- 9-10 балла выставляется студенту, если он владеет содержанием практической работы, может объяснить полученные результаты.

Критерии и методика оценивания на заочной форме обучения:

- работа засчитывается студенту, если он в той или иной мере владеет содержанием работы и может объяснить полученные результаты;

- ответ не засчитывается студенту, если нет общего владения содержанием работы и способности объяснить полученные результаты.

Примеры тем практических заданий

1. Барьеры входа в медиабизнес Башкортостана
2. Роль масс-медиа в экономике Башкортостана: реальность и прогнозы
3. Сегменты медиарынка Республики Башкортостан/муниципального района РБ
4. Факторы конкурентоспособности муниципального СМИ в Башкортостане
5. Рынок онлайн-СМИ Башкортостана: особенности и перспективы
6. Разные понимания миссии СМИ
7. Моделирование и планирование работы редакционного коллектива
8. Особенности брендинга в медиабизнесе

### **Типовые материалы к зачету**

Критерии оценки (в баллах):

- «Зачтено» выставляется студенту, если он набрал по результатам изучения дисциплины 60 баллов;

- «Не зачтено» выставляется студенту, если он набрал менее 59 баллов.

Критерии оценки для студентов заочной формы обучения:

- «Зачтено» выставляется студенту, если он добросовестно отвечал на вопросы устных индивидуальных и групповых опросов, выполнял практические работы и дал полные, развернутые ответы на два вопроса зачета;

- «Не зачтено» выставляется студенту, если он не отвечал или отвечал на низком уровне на вопросы устных и групповых опросов, не выполнял или выполнял недобросовестно практические работы и не дал либо дал неполные ответы на два вопроса зачёта.

1. Система СМИ Республики Башкортостан.
2. СМИ Республики Башкортостан как субъект медиабизнеса.
3. Основы медиаэкономики: ключевые термины и основные понятия.
4. Бизнес планирование и медиапродукт.
5. Рынки растущие и зрелые: барьеры входа в медиабизнес.
6. Медиамаркетинг: моделирование медиабизнеса в современной экономике.
7. Роли и назначение бизнес-процессов в медиаэкономике.
8. Классификация стратегий в медийном бизнесе. Понятия сегментация и позиционирование в медиабизнесе.
9. Профили потребителей. Целевые сегменты рынка и прибыльность клиентов.
10. Анализ факторов внешней среды медиапредприятия.
11. Количественные и качественные исследования на медиарынке.
12. Понятие поля стратегий конкурентной борьбы.
13. Оценка конкурентоспособности и выбор стратегии роста.
14. Стратегический и операционный маркетинг в медиаиндустрии.
15. Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия.
16. Управление жизненным циклом медиапродукта.
17. Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объем производства. Ценовая политика, дистрибуция и сбыт медиапродукта.
18. СМИ и аудитория: подписка и розница, опт и бесплатное распространение.
19. Особенности on line и off-line СМИ. Понятие New media.
20. Доля рынка и темпы роста рынка.
21. Медийный маркетинг-менеджмент. Управление трудовым коллективом как стратегической бизнес единицей.
22. Понятие миссии медиапредприятия.
23. Моделирование и планирование работы редакционного коллектива.
24. Особенности брендинга в медиабизнесе.

25. Устранение «точек разрыва» break-points на горизонте планирования работы стратегической бизнес единицы в медиабизнесе.
26. Ключевые факторы успеха в медийном бизнесе.

### 4.3. Рейтинг-план дисциплины (при необходимости)

Рейтинг–план дисциплины представлен в приложении 2.

## 5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

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

#### Основная литература:

1. Кузбеков, Ф.Т. Современная журналистика Башкортостана [Электронный ресурс]: учебное пособие / Ф.Т. Кузбеков; Башкирский государственный университет. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2016. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. —  
<URL:https://elib.bashedu.ru/dl/corp/Kuzbekov\_Sovremennaya\_zhurnalistika\_Bashkortostana\_Uch\_pos\_Ufa\_RIC\_BashGU\_2016.pdf>.

#### б) дополнительная литература

Магадеева, Р.Р. Электронные СМИ Башкортостана [Электронный ресурс]: учебное пособие / Р.Р. Магадеева; Башкирский государственный университет. — Уфа: РИЦ БашГУ, 2017. — Электрон. версия печ. публикации. — Доступ возможен через Электронную библиотеку БашГУ. —  
<URL:https://elib.bashedu.ru/dl/local/Magadeeva\_Elektronnye\_SMI\_Bashkortostana\_up\_2017.pdf>.

### 5.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и программного обеспечения, необходимых для освоения дисциплины

[https://elibrary.ru/project\\_risc.asp](https://elibrary.ru/project_risc.asp)  
<https://www.scopus.com>  
<http://biblioclub.ru/>  
<https://e.lanbook.com/>  
<https://elib.bashedu.ru/>

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

<p>1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа: ауд. 415 (главный корпус), ауд. 401 (главный корпус)</p> <p>2. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского</p>	<p>Аудитория № 401. Учебная мебель: парта аудиторск. 3-х местн -14 шт., учебно-наглядные пособия, доска – 1 шт.; шкаф – 2 шт., мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183</p> <p>Аудитория № 415. Учебная мебель: парта аудиторск. 3-х местн. – 19 шт., парта</p>	<p>1. Windows 8 Russian. Windows Professional 8 Russian Upgrade. Договор №104 от 17.06.2013 г. Лицензии бессрочные.</p> <p>2. Microsoft Office Standard 2013 Russian. Договор №114 от 12.11.2014 г. Лицензии бессрочные.</p>
---	--	--

<p>типа: ауд. 347, ауд. 213, (главный корпус)  3. учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций: ауд. 347 (главный корпус),  4. учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации: ауд. 312 (главный корпус)  5. помещения для самостоятельной работы: Читальный зал № 1 (главный корпус)</p>	<p>аудиторск. 2-х местн. – 9 шт., учебно-наглядные пособия, доска - 1 шт., экран настенный Classic Solution (1 шт.) модель W 243x182/3 MW-SO/W; проектор мультимедийный EPSON EB-2250U (1 шт.).</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 347.</p> <p>Учебная мебель, учебно-наглядные пособия, мобильный переносной проектор PJD5226, экран на штативе 224*183</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 213.</p> <p>Учебная мебель парта аудиторск. 3-х местн. – 13 шт., доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия, трибуна – 1 шт., мультимедиа проектор Aser P7500</p> <p style="text-align: center;">Аудитория № 312</p> <p>Учебная мебель столы – 13 шт., доска – 1 шт., учебно-наглядные пособия, учебно-наглядные пособия, трибуна - 1 шт., 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 style="text-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>	
---	--	--





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

СОДЕРЖАНИЕ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ  
 дисциплины **Медиарынок РБ** на 7 семестр

очная форма обучения  
 заочная форма обучения

Вид работы	Объем дисциплины	
	Очная форма обучения	Заочная форма обучения
Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / часов)	2 / 72	2 / 72
Учебных часов на контактную работу с преподавателем:	36,2	10,2
лекций	18	4
практических / семинарских	18	6
Других (групповая, индивидуальная консультация и иные виды учебной деятельности, предусматривающие работу обучающихся с преподавателем)	0,2	0,2
Учебных часов на самостоятельную работу обучающихся, включая подготовку к экзамену / зачету	35,8	58
Контроль	-	3,8
Форма контроля	Зачет 7 семестр	Зачет 7 семестр

Заочная форма обучения

№	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	СРС			
1	Система СМИ Республики Башкортостан. СМИ Республики Башкортостан как субъект медиабизнеса. Рынки растущие и зрелые: барьеры входа в медиабизнес. Медиамаркетинг: моделирование медиабизнеса в современной экономике. Роли и назначение бизнес-процессов в медиаэкономике.	-	-	-	15	1, 2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников. Выполнение практической работы	

2	<p>Классификация стратегий в медийном бизнесе. Понятия сегментация и позиционирование в медиабизнесе. Профили потребителей. Целевые сегменты рынка и прибыльность клиентов. Анализ факторов внешней среды медиапредприятия. Количественные и качественные исследования на медиарынке. Понятие поля стратегий конкурентной борьбы. Оценка конкурентоспособности и выбор стратегии роста. Стратегический и операционный маркетинг в медиаиндустрии. Анализ факторов внутренней среды</p>	-	2	-	15	1, 2	<p>Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников. Выполнение практической работы</p>	
---	--	---	---	---	----	------	---	--

	медиапредприятия. Управление жизненным циклом медиапродукта.							
3	Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объем производства. Ценовая политика, дистрибуция и сбыт медиапродукта. СМИ и аудитория: подписка и розница, опт и бесплатное распространение..	2	2	-	15	1, 2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет- источников. Выполнение практической работы	
4	Особенности on line и off-line СМИ. Понятие New media. Доля рынка и темпы роста рынка. Медийный маркетинг- менеджмент. Управление трудовым коллективом как стратегической бизнес единицей. Понятие миссии	2	2	-	13	1, 2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет- источников. Выполнение практической работы	

<p>медиапредприятия.          Моделирование и планирование работы редакционного коллектива.          Особенности брендинга в медиабизнесе.          Устранение «точек разрыва» break-points на горизонте планирования работы стратегической бизнес единицы в медиабизнесе.          Ключевые факторы успеха в медийном бизнесе.</p>							
<p>Всего часов</p>	<p>4</p>	<p>6</p>	<p>-</p>	<p>58</p>			

Очная форма обучения

№	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	СРС			
1	Система СМИ Республики Башкортостан. СМИ Республики Башкортостан как субъект медиабизнеса. Рынки растущие и зрелые: барьеры входа в медиабизнес. Медиамаркетинг: моделирование медиабизнеса в современной экономике. Роли и назначение бизнес-процессов в медиаэкономике.	4	4	-	6	1, 2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников. Выполнение практической работы	
2	Классификация	4	4	-	6	1, 2	Самостоятельное	

<p>стратегий в медийном бизнесе. Понятия сегментация и позиционирование в медиабизнесе. Профили потребителей. Целевые сегменты рынка и прибыльность клиентов. Анализ факторов внешней среды медиапредприятия. Количественные и качественные исследования на медиарынке. Понятие поля стратегий конкурентной борьбы. Оценка конкурентоспособности и выбор стратегии роста. Стратегический и операционный маркетинг в медиаиндустрии. Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия. Управление жизненным циклом</p>						<p>изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников. Выполнение практической работы</p>	
--	--	--	--	--	--	---	--

	медиапродукта.							
3	Цена и ценообразование в медиаиндустрии, спрос и объем производства. Ценовая политика, дистрибуция и сбыт медиапродукта. СМИ и аудитория: подписка и розница, опт и бесплатное распространение..	4	6	-	6	1, 2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников. Выполнение практической работы	
4	Особенности on line и off-line СМИ. Понятие New media. Доля рынка и темпы роста рынка. Медийный маркетинг-менеджмент. Управление трудовым коллективом как стратегической бизнес единицей. Понятие миссии медиапредприятия. Моделирование и планирование работы редакционного коллектива.	6	6	-	5,8	1, 2	Самостоятельное изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы, интернет-источников. Выполнение практической работы	



<p>Особенности брендирования в медиабизнесе. Устранение «точек разрыва» break-points на горизонте планирования работы стратегической бизнес единицы в медиабизнесе. Ключевые факторы успеха в медийном бизнесе.</p>							
<p>Всего часов</p>	<p>18</p>	<p>8</p>	<p>-</p>	<p>36,8</p>			

**Рейтинг-план дисциплины  
«Медиаринок РБ»**

Направление 42.03.02 Журналистика.  
Профиль «История, теория и практика журналистики»  
Курс 4, семестр 7

Виды учебной деятельности студентов	Балл за конкретное задание	Число заданий за семестр	Баллы	
			Минимальный	Максимальный
<b>Модуль 1</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Устный групповой опрос	5	2	0	10
2. Практическая работа	5	2	0	10
<b>Рубежный контроль</b>				
1. Контрольная работа	15	1		15
<b>Модуль 2</b>				
<b>Текущий контроль</b>				
1. Устный групповой опрос	5	2	0	10
2. Практическая работа	5	2	0	10
<b>Рубежный контроль</b>				
1. Контрольная работа	15	1	0	15
<b>Поощрительные баллы</b>				
1. Студенческая олимпиада				5
2. Публикация статей				5
<b>Посещаемость (баллы вычитаются из общей суммы набранных баллов)</b>				
1. Посещение лекционных занятий			0	-6
2. Посещение практических (семинарских, лабораторных занятий)			0	-10
<b>Итоговый контроль</b>				
1. Зачет (дифференцированный зачет)				