МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**Федеральное государственное автономное**

**образовательное учреждение высшего образования**

**«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет**

**им. Н.И. Лобачевского»**

|  |
| --- |
| Институт филологии и журналистики |

(факультет / институт / филиал)

|  |
| --- |
| УТВЕРЖДЕНО: |

Ученым советом ННГУ

«16» июня 2021

**Рабочая программа дисциплины**

|  |
| --- |
| Экономика и менеджмент СМИ |

*(наименование дисциплины (модуля))*

Уровень высшего образования

|  |
| --- |
| бакалавриат |

(бакалавриат / магистратура / специалитет)

Направление подготовки / специальность

|  |
| --- |
| Направление подготовки 42.03.02 – журналистика |

*(указывается код и наименование направления подготовки / специальности)*

Направленность образовательной программы

|  |
| --- |
| Профили подготовки – Периодическая печать, Телевидение, Радиовещание. |

*(указывается профиль / магистерская программа / специализация)*

Форма обучения

|  |
| --- |
| очная |

*(очная / очно-заочная / заочная)*

Нижний Новгород

2021 год

**Лист актуализации**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | |
|  |  |  |
| Председатель МК | |  | |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2020 г. | | | |
|  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2020-2021 учебном году на заседании кафедры | | | |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | | |
|  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_  Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_ | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | |
|  |  |  |
| Председатель МК | |  | |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. | | | |
|  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2021-2022 учебном году на заседании кафедры | | | |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | | |
|  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_  Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_ | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | |
|  |  |  |
| Председатель МК | |  | |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. | | | |
|  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2022-2023 учебном году на заседании кафедры | | | |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | | |
|  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_  Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_ | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
|  | | | |
|  |  |  |
| **Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году** | | | |
|  |  |  |
| Председатель МК | |  | |
| \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. | | | |
|  |  |  |
| Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для  исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры | | | |
| **\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_** | | | |
|  |  |  |
|  | Протокол от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20\_\_\_ г. № \_\_  Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_ | | |

1. **Место дисциплины в структуре ОПОП**

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» (код дисциплины Б1.О.27) относится к базовой части Блока 1 ОС ННГУ по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата).

Относится к обязательному типу освоения на 4 году обучения в 8 семестре.

Целями освоения дисциплины является формирование у студентов глубокого понимания экономических основ производства и распространения периодических изданий, газетного и журнального менеджмента. Не менее важная цель, которая достигается в процессе изучения курса – развитие способностей экономического мышления в области профессиональной журналистской деятельности.

1. **Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Формируемые компетенции** (код, содержание компетенции) | **Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции** | | **Наименование оценочного средства** |
| **Индикатор достижения компетенции**\*  (код, содержание индикатора) | **Результаты обучения**  **по дисциплине\*\*** |
| ОПК-4  Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности | ОПК-4.2.  Учитывает  основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских  текстов и (или) продуктов | **Уметь** использовать в практической деятельностиметоды изучения аудитории, использовать основные методы изучения общественного мнения и эффективные формы взаимодействия с ним;  - учитывать в профессиональной деятельности психологические и социально-психологические составляющие функционирования СМИ, особенности работы журналиста в данном аспекте;  **Знать** методы изучения аудитории, понимать социальный смысл общественного участия в функционировании СМИ, природу и роль общественного мнения, знать основные методы его изучения, использовать эффективные формы взаимодействия с ним;  - теоретические аспекты психологии журналистики и журналистского творчества  **Владеть** навыками использования знаний о методах изучения аудитории, понимании социального смысла общественного участия в функционировании СМИ, природы и роли общественного мнения при  создании журналистских текстов и (или) продуктов;  -анализа и самоанализа практической деятельности в контексте использования знаний о психологических и социально-психологических составляющих функционирования СМИ, особенностях работы журналиста в данном аспекте | контрольная работа; вопросы к экзамену |
| ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования | ОПК-5.1.  (общий по УГСН) Знает  совокупность политических,  экономических факторов,  правовых и этических норм, регулирующих развитие разных  медиакоммуникационных  систем на глобальном,  национальном и  региональном уровнях | **Уметь**  выявлять экономические процессы, происходящие на микроэкономическом, финансовом, государственном и международном уровнях; анализировать результаты и тенденции развития российской и мировой экономик; учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ;  -анализировать и использовать в профессиональной деятельности знания о политических механизмах функционирования медиакоммуникационных систем;  - использовать в профессиональной деятельности основные российские и международные документы по медиаэтике;  - руководствоваться в профессиональной деятельности правовыми нормами, регулирующими функционирование и развитие медиакоммуникационных  систем на глобальном,  национальном и региональном уровнях;  **Знать** теоретические основы: понятия, закономерности  и процессы в экономике и обществе; знать и понимать практические результаты и тенденции развития российской и мировой экономик, иметь представление о технологиях продвижения публикаций СМИ, основах медиаменеджмента;  -политические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем;  -основные российские и международные документы по этике в сфере массовой коммуникации;  -основные правовые нормы, регулирующими функционирование и развитие медиакоммуникационных  систем на глобальном,  национальном и региональном уровнях;  **Владеть** навыкамиклассификации и анализа экономических явлений и процессов для осуществления профессиональной деятельности в сфере СМИ и медименеджмента;  - применения в практической деятельности знаний о политических механизмах функционирования медиакоммуникационных систем;  -анализа и самоанализа практики применения в профессиональной деятельности положений российских и международных документов по медиаэтике;  - анализа и самоанализа в процессе реализации в профессиональной деятельности знаний о правовых нормах, регулирующих функционирование медиакоммуникационных систем  региона, страны и мира | контрольная работа; деловая игра, вопросы к экзамену |

**3. Структура и содержание дисциплины**

**3.1 Трудоемкость дисциплины**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | **очная форма**  **обучения** | **заочная**  **форма**  **обучения** |
| **Общая трудоемкость** | **4 ЗЕТ** | **\_\_\_ ЗЕТ** |
| **Часов по учебному плану** | **144** |  |
| **в том числе** |  |  |
| **аудиторные занятия (контактная**  **работа):**  **- занятия лекционного типа**  **- занятия семинарского типа** | **18** |  |
| **самостоятельная работа** | **90** |  |
| **Промежуточная аттестация – экзамен** | **36** |  |

**3.2.** Содержание дисциплины

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Наименование и краткое содержание разделов и тем дисциплины (модуля),**  **форма промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)** | **Всего**  **(часы)** | **В том числе** | | | | | | | |
| **Контактная работа (работа во взаимодействии**  **с преподавателем), часы, из них** | | | | | | | **Самостоятельная работа обучающегося, часы** |
| **Занятия лекционного типа** | | **Занятия семинарского типа** | **Занятия лабораторного типа** | **Консультации** | | **Всего** |
| 1 Журналистика как производство и специфика его продукции. | 5 | 1 | | - | - | | - | 1 | 4 |
| 2 Информационный рынок, его структура, закономерности формирования и развития | 7 | 1 | | 1 | - | | - | 2 | 5 |
| 3 Цели, задачи и основные направления редакционно-издательского маркетинга | 7 | 1 | | 1 | - | | - | 2 | 5 |
| 4 Исследования рынка и способы продвижения издания | 8 | 1 | | 1 | - | | - | 2 | 6 |
| 5 Бюджет средства массовой информации и его структура. | 6 | - | | 1 | - | | - | 1 | 5 |
| 6 Источники денежных средств для СМИ на финансовом рынке | 6 | - | | 1 | - | | - | 1 | 5 |
| 7 Цели и направления тиражной, ценовой и рекламной политики редакции. | 6 | 1 | |  | - | | - | 1 | 5 |
| 8 Назначение и структура бизнес-плана редакции | 6 | - | | 1 | - | | - | 1 | 5 |
| 9 Редакционный менеджмент и его цели, задачи, особенности. | 8 | 1 | | 1 | - | | - | 2 | 6 |
| 10 Методы управления редакционным коллективом. Планирование и контроль. | 7 | 1 | | 1 | - | | - | 2 | 5 |
| 11 Системы оплаты, стимулирования. Гонорарная политика редакции. | 6 | 1 | | - | - | | - | 1 | 5 |
| ВСЕГО | 72 | 8 | | 8 |  | |  | 16 | 56 |
| **Промежуточная аттестация - экзамен** | 36 | |  | | | | | | |
| **Итого** | **108** |  | | | | | | | |

Текущий контроль успеваемости проходит в рамках занятий практического типа. Итоговый контроль осуществляется на экзамене. Окончательное завершение формирования компетенций, предусмотренных в рамках данной дисциплины, происходит при написании выпускной квалификационной работы.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **№ п/п** | **Наименование раздела** | **Содержание раздела** | **Форма текущего контроля** |
| 1. | Журналистика как производство и специфика его продукции. | Журналистика как разновидность духовного производства. Становление информационного общества и экономический фактор. Системные характеристики современных средств массовой информации. Экономика СМИ как предмет изучения. Российские СМИ на современном этапе. Система понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики: информационный рынок, маркетинг, менеджмент, бюджет, бизнес-план и др. Коммерческая успешность - основа свободы слова региональных СМИ. Журналистская информация как товар. | Вопросы к экзамену |
| 2. | Информационный рынок, его структура, закономерности формирования и развития | Информационный рынок. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Инструменты регулирования. Ресурсные рынки. Финансовый рынок. Рынок рабочей силы. Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов. Структура рынка журналистского труда и тенденции его изменения. Аспекты рыночной среды. Рынок периодических изданий. Распространение изданий. Государственные и частные распространители. Специфика распространения СМИ в Нижегородской области. Процесс концентрации средств массовой информации. Издательско-производственные объединения. Издательский дом. Информационно-издательская компания. Информационный холдинг. Финансово-информационный концерн. Монополизация информационного рынка. Формы монополизации. Политика государства и экономика СМИ. Динамика развития и структура регионального рынка изданий .Власть и СМИ: экономические рычаги давления. | Контрольная работа; вопросы к экзамену |
| 3. | Цели, задачи и основные направления редакционно-издательского маркетинга | Редакционно-издательский маркетинг. Понятие маркетинга. Цели, задачи, направления редакционно-издателъского маркетинга. Служба маркетинга и ее взаимодействие с другими редакционными структурами. Должностные обязанности маркетолога. Планирование маркетинга и его методы. Разновидности анкетного опроса. Экспертные и глубинные интервью. Фокус-группы с потребителями и специалистами. Холл-тестирование. Включенное наблюдение. Методы статистического анализа. Отчеты и доклады федеральных агентств, профессиональных и общественных организаций. Изучение читательской почты. Пресс-опросы. Контакты журналистов с аудиторией. Использование результатов социологических исследований. Публикации электронных и печатных СМИ. Анализ интернет-ресурсов. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка, выбор сегмента. | Деловая игра. Вопросы к экзамену |
| 4. | Исследования рынка и способы продвижения издания | Исследование рынка покупателей: регион распространения, реальная (расчетная) и потенциальная аудитории. Характеристики аудитории - демографическая, социальная, психографическая и др. Образец анкеты для читателей. Задачи и способы продвижения издания: реклама в самой газете, на радио, телевидении, реклама по почте, мероприятия по увеличению объема продаж (выставки, акции, участие во всероссийских форумах, фестивалях), издание рекламных материалов (медиа-брошюра и др.). Конкуренция на рынке периодических изданий. Изучение конкурентного издания. Конкурентные ситуации на рынке. Наблюдение за своим изданием, его цели. Тенденции развития своего издания. | Контрольная работа; вопросы к экзамену |
| 5. | Бюджет средства массовой информации и его структура. | Финансовая база редакции и редакционно-издательской компании Финансовая база издания. Уставный фонд. Стартовый капитал. Основные фонды редакции. Оборотный капитал. Бюджет редакции. Бюджет и баланс, их структура. Расходная и доходная части бюджета. Издательская деятельность. Выпуск приложений. Коммерческая деятельность редакции. Выборные кампании и бюджет редакции. Прибыль редакции. Балансовая прибыль. Чистая прибыль. Особенности налогообложения редакционно-издательской деятельности. Возможности использования прибыли. Бюджетный дефицит и методы его ликвидации. | Вопросы к экзамену |
| 6. | Источники денежных средств для СМИ на финансовом рынке | Источники средств. Объединение частных капиталов. Банковский кредит. Лизинг. Дотирование периодического издания. Спонсирование издания. Самофинансирование издания. Продажа газетных площадей под рекламу. Размещение денег в ценные бумаги. Эмиссия акций. Коммерческая деятельность средства массовой информации. Продажа имущества. Оптимизация финансовых потоков и структуры капитала. Обеспечение финансирования с минимальными издержками. Учет финансовых рисков и преодоление финансовых кризисов. | Контрольная работа; вопросы к экзамену |
| 7. | Цели и направления тиражной, ценовой и рекламной политики редакции. | Тиражная политика редакции. Национальная тиражная служба. Экспертиза и аудит издания. Оптимальный тираж. Доходы от публикации рекламы. Редакционная стратегия работы с рекламодателями. Публикация частных объявлений. Социальная необходимость и экономический эффект. Ценовая политика редакции  Направления ценовой политики редакции. Спрос - предложение. Конкуренция на рынке маркетинговой информации. Этапы ценообразования. Ценовая политика и тираж издания. Себестоимость номера. Цена и конкуренция. Оптимальная цена номера. Отпускная, каталожная, подписная цены.  Рекламная политика редакции. Реклама и бизнес. Понятие рекламной информации. Психология восприятия рекламного текста. Дизайн и реклама. Редакция и рекламодатели. Рекламные акции. Ценовая политика в процессе производства издания. Ценовая политика в процессе производства. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы. | Деловая игра, вопросы к экзамену |
| 8. | Назначение и структура бизнес-плана редакции | Бизнес-план как рабочий документ, определяющий стратегию и тактику действий. Бизнес-план как представительский документ для привлечения внешнего финансирования.  Состав и структура бизнес-плана редакции периодического издания. Концептуальное описание издания и его конкурентных преимуществ. Анализ своего сегмента рынка, потенциальной читательской аудитории и рыночной конъюнктуры.  Характеристика основных конкурентов по тиражам, доходам, общественному влиянию. Анализ полиграфических параметров, дизайна конкурирующих изданий и их ценовой политики.  Стратегия маркетинга: схема и объемы распространения; ценообразование, реклама и методы стимулирования продаж; формирование имиджа издания. План производства издания | Проект. Контрольная работа; вопросы к экзамену |
| 9. | Редакционный менеджмент и его цели, задачи, особенности. | Экономические принципы редакционной деятельности. Цели и задачи. Виды менеджмента: производственный, финансовый, кадровый. Службы редакционного менеджмента. Его структура и организация работы. Требования к менеджеру. Менеджер финансовый, по производству, персоналу, по маркетингу, по продвижению, по распространению.  Организационные принципы редакционной деятельности. Тенденции изменения структуры и его экономический эффект. Новые подразделения современных редакций: информационный центр, центр продвижения, пресс-группа, некоммерческие образовательные структуры, отдел проектов и др. Коммерческая часть редакционного коллектива, ее подразделения. Редакционные и приредакционные структуры. Редакционные: бухгалтерия, отделы рекламы, объявлений, распространения, экспедиция, информагентство, издательство и др. Приредакционные: малые предприятия, совместные предприятия. Рекламное агентство. | Деловая игра.  Контрольная работа; вопросы к экзамену |
| 10. | Методы управления редакционным коллективом. Планирование и контроль. | Система методов управления редакцией. Уровни менеджмента в редакции. Функции сотрудников управленческого звена. Экономические методы управления коллективом. Особенности моделирования и планирования издания. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции.  Журналист в редакционном коллективе. Повышение профессиональных требований к журналистам.  Универсальность и специализация. Новые типы журналистских специализаций. Новые профессиональные навыки, связанные с техническим перевооружением редакций.  Журналист и экономика издания. Конкуренция и соревнование в редакции. Характер трудовых отношений между руководителями редакции и ее сотрудниками. | Деловая игра. Вопросы к экзамену |
| 11. | Системы оплаты, морального и материального стимулирования труда журналистов. Гонорарная политика редакции. | Менеджмент и редакция. Менеджмент и численность редакционного коллектива. Состав редакционного коллектива. Управленческое и исполнительское звено. Кадровая политика редакции. Источники редакционных кадров. Мотивация труда сотрудников. Система найма работников. Договор с сотрудниками. Этический и социальный кодексы редакции.  Значение нормирования труда и учета его результативности. Различные системы оплаты труда и начисления гонорара. Система редакционных премий и моральных поощрений. Система внутрифирменного статуса. Формирование корпоративной культуры редакции. | Контрольная работа; вопросы к экзамену |

**4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся** Самостоятельная работа направлена на закрепление теоретических основ медиаменеджмента: знание структуры редакции государственной (или коммерческой) редакции, принципов распределения должностных обязанностей, организацию и управление творческим процессом, механизмы создания и распространения отдельного медийного продукта. Такой подход мотивирует студентов к повышению самообразования и накоплению знаний для дальнейшей успешной профессиональной деятельности.

Контрольные вопросы

1. Балансовая и чистая прибыль. Пути ликвидации бюджетного дефицита
2. Бюджет средства массовой информации и его структура.
3. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.
4. Взаимосвязь ценовой, тиражной и рекламной политики периодического издания.
5. Дотирование и спонсирование как источники укрепления финансовой базы СМИ.
6. Журналистика как производство и специфика его продукции.
7. Издательская и коммерческая деятельность как источник пополнения бюджета.
8. Иностранный капитал на отечественном информационном рынке.
9. Информационный рынок, его структура, закономерности формирования и развития
10. Источники денежных средств для СМИ на финансовом рынке
11. Маркетинговые планы и прогнозы, маркетинговые кампании.
12. Менеджмент: краткий исторический обзор
13. Методы управления редакционным коллективом. Планирование и контроль.
14. Назначение и структура бизнес-плана редакции
15. Направления изучения рынка потребителей и методы исследования аудитории СМИ.
16. Организационно-правовые формы регистрации СМИ как юридического лица.
17. Основные навыки и способности менеджера
18. Основные статьи расходной части редакционного бюджета.
19. Особенности рынка распространителей журналистской продукции.
20. Отечественный капитал на информационном рынке и процессы концентрации СМИ.
21. Подписка на периодические издания.
22. Постулаты современного менеджмента
23. Понятие о "сетке управления". "Безликий", "Погоняющий" и другие типы менеджеров
24. Порядок регистрации СМИ и получения лицензии на вещание.
25. Приемы эффективного использования времени менеджером
26. Принципы менеджмента А.Файоля
27. Регулирование правовых отношений учредителя, издателя и редакции.
28. Редакционно-издательский маркетинг, его цели, задачи, основные направления.
29. Редакционный менеджмент и его цели, задачи, особенности.
30. Реклама как метод маркетинга.
31. Розничная продажа периодических изданий и ее особенности.
32. Сегментация рынка периодических изданий и их позиционирование.
33. Системы оплаты труда журналистов. Гонорарная политика редакции.
34. Скидки и наценки на рекламные объявления в СМИ различных типов.
35. Стили менеджмента: автократический, либеральный, демократический
36. Типичные ошибки менеджеров
37. Тиражная политика редакции. Структура тиража. Методы реализации.
38. Финансовая политика СМИ и структура их финансовой базы.
39. Функциональные составляющие менеджмента
40. Цели и направления рекламной политики редакции.
41. Цели и направления ценовой политики редакции
42. Штатная структура и кадровая политика редакции

Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведены в п. 6.2.

**5. Фонд оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине (модулю**),

включающий:

* 1. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)** | **Шкала оценивания сформированности компетенций** | | | | | | |
| **плохо** | **неудовлетворительно** | **удовлетворительно** | **хорошо** | **очень хорошо** | **отлично** | **превосходно** |
| Не зачтено | | зачтено | | | | |
| Знания | Отсутствие знаний теоретического материала.  Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, без ошибок. | Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки. |
| Умения | Отсутствие минимальных умений . Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения.  Имели место грубые ошибки. | Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания но не в полном объеме. | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи . Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продемонстрированы все основные умения,решены все основные задачи с отдельными несущественным недочетами, выполнены все задания в полном объеме. | Продемонстрированы все основные умения,. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном  объеме без недочетов |
| Навыки | Отсутствие владения материалом. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.  Имели место грубые ошибки. | Имеется минимальный  набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач с некоторыми недочетами | Продемонстрированы базовые навыки  при решении стандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрированы навыки  при решении нестандартных задач без ошибок и недочетов. | Продемонстрирован творческий подход к решению нестандартных задач |

**Шкала оценки при промежуточной аттестации**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Оценка** | | **Уровень подготовки** |
| зачтено | Превосходно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно» |
| Отлично | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «отлично» |
| Очень хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «очень хорошо» |
| Хорошо | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «хорошо» |
| Удовлетворительно | Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно» |
| не зачтено | Неудовлетворитель-  но | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно», ни одна из компетенций не сформирована на уровне «плохо» |
| Плохо | Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо» |

**5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения**.

**6.2.1 Контрольные вопросы**

|  |  |
| --- | --- |
| *вопросы* | *Код формируемой компетенции* |
| 1. Учет потребностей целевой аудитории при формировании модели периодического издания  2. Планирование реализации функции социального-ориентирования в работе редакции | ОПК-4. |
| 1 Структура медиакарты региона.  2. Экономические методы управления редакционным коллективом | ОПК-5. |

**6.2.2. Типовые задания/задачи для оценки сформированности компетенции**

ОПК-4.

Задание 1 Особенности редакционного менеджмента.

Задание 2. Источники финансирования СМИ.

ОПК-5.

Задание 1 Структура бизнес-плана редакции.

Задание 2. Тиражная политика редакции

**6.2.3. Темы курсовых работ**

1. Источники денежных средств для СМИ на финансовом рынке
2. Методы монетизации в социальных сетях
3. Региональные медиахолдинги в Российской Федерации
4. Мультиэкранность и повышение экономической эффективности СМИ
5. Источники доходов редакций газет в малых и средних городах
6. Проблема сокращения подписки и пути её решения
7. Современный менеджмент периодических изданий

**7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

7.1. Основная литература

Киверин В. И. Экономика редакции газеты: [учеб. пособие]. - М.: Аспект Пресс, 2002. - 106 с.

7.2. Дополнительная литература

1. XXI век начинается: актуальные вопросы журналистики: материалы Всерос. науч.-практ. конф., Екатеринбург, 30 окт. - 1 нояб. 2002 г. . - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2002. - 312 с.
2. Горшкова Л. А., Горбунова М. В. - Основы управления: практикум. - Н. Новгород: ВВАГС, 2000. - 177 с.
3. Гуревич С. М. - Экономика средств массовой информации: учебное пособие для студентов факультетов и отделений журналистики вузов. - М.: РИП-холдинг, 2001. - 244 с.
4. Дафт Р. Л. - Менеджмент: учеб. для слушателей программ МВА. - СПб.: Питер, 2007. - 864 с.
5. Котлер Ф., Келлер К. Л. - Маркетинг менеджмент. - СПб.: Питер, 2006. - 816 с.
6. Молодчик А. В., Молодчик М. А. - Менеджмент: стратегия, структура, персонал, знание : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению подготовки "Менеджмент". - М.: Высшая школа экономики, 2005. - 296 с.
7. Организационная культура: учеб. по специальности "Управление персоналом"./Шаталова Н. И., Александрова Т. Л., Вепрева И. Т., Меренков А. В., [и др.]. - М.: Экзамен, 2006. - 652, [2] с.
8. Шепель В. М. - Эффективный менеджмент: мыслить по-русски. - М.: Финансы и статистика, 2005. - 384 с.

**7.2. Программное обеспечение и Интернет-ресурсы**

1. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья

2. <http://www.broadcasting.ru/main.php> специализированное отраслевое издание о телевидении и радиовещании

3. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова

4. <http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа

5. <http://base.garant.ru/12125268/> Трудовой кодекс Российской Федерации

6. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016.html> официальный сайт Роспечати

7. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии

**8. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Стандартная аудитория для проведения лекционных и практических занятий. Дополнительное материально-техническое обеспечение: медиа центр ННГУ, компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (все – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях).

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ, направление подготовки 42.03.02. – Журналистика (утв. Ученым советом ННГУ, протокол № 3 от 25.03.2020 г.)

Автор (ы)\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ к. ист. наук Белковский С.В.

Рецензент (ы) \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Заведующий кафедрой\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_д.п.н, профессор О.Н. Савинова