

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования

«Сочинский государственный университет»



2024 г.



А.В. Иваненко

2024 г.

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### «Медиаменеджмент»

Шифр и направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Квалификация (степень) выпускника	бакалавр
Профиль подготовки	Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах
Форма обучения	очно-заочная
Выпускающая кафедра	Общей психологии и социальных коммуникаций
Кафедра-разработчик рабочей программы	Общей психологии и социальных коммуникаций

Год забора: 2024

Семестр	Трудоемкость (час./зет.)	Лекцион. занятий (час.)	Практич. занятий (час.)	Лаборат. занятий (час.)	СРС (час.)	КР/КП	Форма промежуточного контроля (экс./зачет)
5	108/3	18	18	–	72	–	Зачет
Итого:	108/3	18	18	–	72	–	Зачет

Сочи 2024 г.

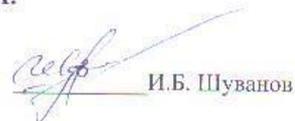
Лист согласования рабочей программы дисциплины «Медиаменеджмент»

Рабочую программу составила:  
Марочкина С.С., к.э.н., доцент кафедры  
общей психологии и социальных коммуникаций



**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА РАССМОТРЕНА И ОДОБРЕНА:**

Заведующий кафедрой общей психологии  
и социальных коммуникаций



И.Б. Шуванов

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины соответствует  
библиотечному фонду СГУ;

Директор НОБ



Е.В. Онищенко

Структура рабочей программы соответствует предъявляемым требованиям

Отдел качества образования  
и методического обеспечения



подпись



Ф.И.О.  
В.В.

## ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ РПД

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_/-20\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_/-20\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

Рабочая программа переутверждена на 20\_\_/-20\_\_ учебный год, протокол №\_\_ заседания кафедры от «\_\_» \_\_\_\_\_ 20\_\_ г.

В программу внесены дополнения и(или) изменения.

---

---

---

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_   
подпись

\_\_\_\_\_   
ФИО

## 1 ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Медиаменеджмент» является формирование у студентов прочных и разносторонних знаний о теоретических основах и практике менеджмента медиакомпаний в контексте динамично развивающегося мультимедийного рынка.

Основные задачи дисциплины:

- 1) Ознакомить с теоретическими основами и практическими аспектами менеджмента в медиаиндустрии, многоуровневой системой медиапредприятий;
- 2) Сформировать понимание организационных структур медиапредприятий, особенностей функционирования медиакомпаний на рынках аудитории, контента и рекламы;
- 3) Определить основные методы и системы измерения аудитории СМИ, а также влияние данных медиаметрии на программные и маркетинговые стратегии в медиабизнесе;
- 4) Сформировать навыки организации и планирования деятельности в разных сегментах медиаиндустрии, контроля эффективности деятельности медиакомпаний.

## 2 МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО НАПРАВЛЕНИЯ 42.03.01

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана.

Таблица 1 – Дисциплины, участвующие в формировании компетенции

Код и наименование компетенции	Дисциплины, участвующие в формировании компетенции
<b>Общепрофессиональные компетенции (ОПК)</b>	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	Разработка и технологии производства рекламного и PR продукта Профессионально-ознакомительная практика
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	Медиарилейшнз и медиапланирование Профессионально-ознакомительная практика

### 3 ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 2 – Компетенции и индикаторы их достижения

Компетенции и индикаторы их достижения		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	Знать: общие основы менеджмента СМИ. Уметь: ориентироваться в особенностях функционирования и развития общественных и государственных институтов. Владеть: терминологией и современным аналитическим инструментарием медиаменеджмента.
	ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов	Знать: основы создания и продвижения коммуникационных продуктов на рынок. Уметь: учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании коммуникационных продуктов. Владеть: методами и принципами текущего планирования деятельности медиакомпаний.
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. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Знать: теоретические основы и практические аспекты менеджмента в медиаиндустрии, многоуровневой системе медиапредприятий. Уметь: использовать рекламные и PR-технологии в организационных структурах медиапредприятий, при функционировании медиакомпаний на рынках аудитории, контента и рекламы. Владеть: знаниями в области политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

<b>Компетенции и индикаторы их достижения</b>		Результат обучения по дисциплине (показатели освоения компетенций)
Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	<p>Знать: специфику использования различных инструментов рекламы и связи с общественностью в построении эффективных медиакоммуникаций, влияние данных медиаметрии на программные и маркетинговые стратегии в медиабизнесе .</p> <p>Уметь: анализировать способы и технологии организации и планирования деятельности в разных сегментах медиаиндустрии, контроля эффективности деятельности медиакомпаний.</p> <p>Владеть: навыками работы с основными методами и технологиями организационных структур медиапредприятий.</p>

#### 4 СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 4.1 Тематический план дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единиц, 108 час.

Таблица 3 – Распределение фонда времени по темам дисциплины

№ темы	Наименование темы дисциплины	Всего часов	Виды учебной нагрузки и их трудоемкость, часы			
			Контактная работа			СРС
			Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1	Тема 1. Введение в медиамеджмент. СМИ как объект управления	12	2	2	–	8
2	Тема 2. Информационный рынок: структура, особенности, типы собственников	12	2	2	–	8
3	Тема 3. Правовые основы медиамеджмента	12	2	2	–	8
4	Тема 4. Электронные и онлайн-СМИ: особенности функционирования	12	2	2	–	8
5	Тема 5. Управление СМИ: макро- и микроэкономические уровни. Управление персоналом в СМИ	12	2	2	–	8
6	Тема 6. Контент как конкурентное преимущество медиакомпаний	12	2	2	–	8
7	Тема 7. Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке	12	2	2	–	8

8	Тема 8. Оптимизация маркетинговых стратегий медиакомпаний	12	2	2	–	8
9	Тема 9. Контроль эффективности деятельности управляющих органов и департаментов медиакомпаний	12	2	2	–	8
	Зачет	-	–	–	–	–
<b>ИТОГО:</b>		<b>108</b>	<b>18</b>	<b>18</b>	<b>–</b>	<b>72</b>

#### 4.1.1 Лекционные занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание
1	Тема 1. Введение в медиаменеджмент. СМИ как объект управления	Цели и функции медиаменеджмента. Роль и место СМИ в системе экономических отношений в России. Управленческие отношения в сфере СМИ. Управленческие функции в деятельности руководителя СМИ. Организационная структура медиакомпаний.
2	Тема 2. Информационный рынок: структура, особенности, типы собственников	Рынок, информационный рынок, закономерности его формирования. Особенности структуры рынка СМИ. Медиаиндустрия в экономике России. Проблемы собственности в информационном бизнесе. Процесс концентрации СМИ. Финансово-промышленные группы, иностранный капитал на информационном рынке.
3	Тема 3. Правовые основы медиаменеджмента	Информация как объект правового регулирования, признаки, классификация. Система нормативного регулирования в сфере массовой информации. Информационное право как комплексная отрасль права. Структура информационного законодательства. Закон РФ «О СМИ». Структура правового статуса СМИ. Правовые гарантии свободы массовой информации и возможности их реализации. Правовые ограничения в СМИ. История цензуры в России. Функции цензуры в правовом контексте. Право на информацию и право на коммуникацию: ценностные характеристики и актуальные проблемы. СМИ и проблемы политико-правовой социализации. Информационно-правовая политика по отношению к свободе пользователей сети Интернет.
4	Тема 4. Электронные и онлайн-СМИ: особенности функционирования	Особенности телевидения как индустрии. Источники доходов в телеиндустрии. Стратегии конкурентоспособного программирования в телеиндустрии. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. Модели организации и финансирования общественного телевидения и радиовещания в разных странах. Основные тенденции развития современного российского радиорынка. Конкурентные преимущества онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ. Виды интернет-СМИ, их специфика. Принципы работы конвергентной редакции. Регистрация Интернет-ресурса как электронного периодического СМИ.

5	Тема 5. Управление СМИ: макро- и микроэкономические уровни. Управление персоналом в СМИ	Характеристика макро-уровня управления СМИ. Составные элементы микро-уровня управления СМИ. Экономические принципы редакционной деятельности. Функции, виды редакционного менеджмента. Формирование, планирование развития и управление персоналом в СМИ. Набор и отбор персонала в контексте стратегических задач СМИ. Управление карьерой. Мотивация, стимулирование труда. Стили управления персоналом СМИ. Конфликты в системе управления персоналом в СМИ.
6	Тема 6. Контент как конкурентное преимущество медиакомпаний	Управление контентом. Стратегии производства и закупки контента. Маркетинговые стратегии продвижения, продажи и дистрибуции контента. Независимые производители контента и их отношения со СМИ. Особенности контента интернет-СМИ.
7	Тема 7. Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке	Принципы формирования целевой аудитории СМИ в условиях фрагментированного аудиторного рынка. Феномен мультимедиапотребления. Программирование как стратегия максимизации целевой аудитории. Основные приемы программирования в контексте конкурентной ситуации
8	Тема 8. Оптимизация маркетинговых стратегий медиакомпаний	Способы привлечения аудитории в различных сегментах медиаиндустрии с помощью маркетинговых инструментов. Средства маркетинговых коммуникаций для управления брендом и продвижения медиапродуктов. Оптимизация маркетинговых стратегий в области дистрибуции контента
9	Тема 9. Контроль эффективности деятельности управляющих органов и департаментов медиакомпаний	Ключевые элементы и принципы управления результативностью и эффективностью медиакомпаний. Принципы эффективного управления производственными и операционными процессами. Зоны ответственности PR-специалистов и эффекты влияния их деятельности на развитие компании

#### 4.1.2 Практические занятия

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Краткое содержание занятия
1	Тема 1. Введение в медиаменеджмент. СМИ как объект управления	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Тестирование
2	Тема 2. Информационный рынок: структура, особенности, типы собственников	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование
3	Тема 3. Правовые основы медиаменеджмента	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование
4	Тема 4. Электронные и онлайн-СМИ: особенности функционирования	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов

		4. Тестирование
5	Тема 5. Управление СМИ: макро- и микроэкономические уровни. Управление персоналом в СМИ	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование
6	Тема 6. Контент как конкурентное преимущество медиакомпаний	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование
7	Тема 7. Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование
8	Тема 8. Оптимизация маркетинговых стратегий медиакомпаний	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование
9	Тема 9. Контроль эффективности деятельности управляющих органов и департаментов медиакомпаний	1. Устный опрос 2. Практическое задание 3. Доклады студентов 4. Тестирование

#### 4.1.3 Лабораторные занятия не предусмотрены учебным планом

#### 4.1.4 Самостоятельная работа студента

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вид СРС
1	Тема 1. Введение в медиаменеджмент. СМИ как объект управления	Работа с литературными источниками, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
2	Тема 2. Информационный рынок: структура, особенности, типы собственников	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
3	Тема 3. Правовые основы медиаменеджмента	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
4	Тема 4. Электронные и онлайн-овые СМИ: особенности функционирования	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
5	Тема 5. Управление СМИ: макро- и микроэкономические уровни. Управление персоналом в СМИ	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией, тестирование
6	Тема 6. Контент как конкурентное преимущество медиакомпаний	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
7	Тема 7. Реализация стратегий	Работа с литературными источниками,

	медиакомпаний на аудиторном рынке	актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
8	Тема 8. Оптимизация маркетинговых стратегий медиакомпаний	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка к устному опросу, подготовка докладов с презентацией, тестирование
9	Тема 9. Контроль эффективности деятельности управляющих органов и департаментов медиакомпаний	Работа с литературными источниками, актуализация пройденного материала, подготовка докладов с презентацией, тестирование

## 4.2 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 4.2.1 Литература

1. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534744> (дата обращения: 01.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542662> (дата обращения: 01.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

3. Кириллова, Н. Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Н. Б. Кириллова. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 184 с. — ISBN 978-5-7996-1360-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPRsmart: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68440.html> (дата обращения: 01.03.2024). — Режим доступа: для авторизир. пользователей.

### 4.2.2 Современные профессиональные базы данных (СПБД) и информационные справочные системы (ИИС)

Таблица 4 – Перечень современных профессиональных баз данных (СПБД) и информационных справочные системы (ИИС)

№	Наименование СПБД
1.	ScienceDirect : полнотекстовая база данных : сайт / издательство Elsevier. – URL: <a href="https://www.sciencedirect.com/">https://www.sciencedirect.com/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	SpringerNature : полнотекстовая база данных: сайт / Springer Nature Switzerland AG. Part of Springer Nature. – URL: <a href="https://link.springer.com/">https://link.springer.com/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Электронная библиотека Сочинского государственного университета : база данных. – Сочи, 2017 – . – URL: <a href="http://lib.sutr.ru/">http://lib.sutr.ru/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Текст : электронный.
Наименование ИИС	
1.	КонсультантПлюс : справочно-правовая система: сайт / Компания «КонсультантПлюс». – Москва, 1997 – . – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.

### 4.2.3 Интернет-ресурсы и другие электронные информационные источники

Таблица 5 – Интернет-ресурсы и электронные информационные источники

№	Наименование Интернет-ресурсов и электронных информационных источников
1.	Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Эр Медиа». – Саратов, 2010 – . – URL: <a href="http://www.iprbookshop.ru/">http://www.iprbookshop.ru/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
2.	Университетская библиотека онлайн : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Нексмедиа». – Москва : Директ-Медиа, 2001 – . – URL: <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&amp;view=main_ub</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
3.	Образовательная платформа Юрайт : электронно-библиотечная система : сайт / ООО «Электронное издательство Юрайт». – Москва, 2020 – . – URL: <a href="https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F">https://urait.ru/catalog/organization/DE41FE6D-0B08-4394-B225-3DD636CCCE1F</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
4.	Национальная электронная библиотека (НЭБ) : Федеральная государственная информационная система : сайт / Министерство культуры РФ. – Москва, 2004 – . – Режим доступа: <a href="https://rusneb.ru">https://rusneb.ru</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: локальная сеть СГУ. – Текст : электронный.
5.	Polpred.com Обзор СМИ : электронно-библиотечная система : сайт / Г. Вачнадзе, ООО «ПОЛПРЕД Справочники». – Москва, 1997 – . – URL <a href="https://polpred.com/">https://polpred.com/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
6.	eLIBRARY.RU : научная электронная библиотека : сайт. – Москва, 2000 – . – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Режим доступа: для авториз. пользователей. – Текст : электронный.
7.	КиберЛенинка : научная электронная библиотека открытого доступа : сайт. – Москва, 2014 – . – URL: <a href="https://cyberleninka.ru/">https://cyberleninka.ru/</a> (дата обращения: 01.03.2024). – Текст : электронный.

### 4.3 Формы и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине

Для оценки сформированности компетенций разрабатываются оценочные средства по дисциплине.

Форма и содержание текущей и промежуточной аттестации по дисциплине раскрывается в фонде оценочных средств, который является отдельным документом.

Оценочные средства по дисциплине содержат:

- материалы для текущего контроля оценки знаний по дисциплине;
- материалы для промежуточного контроля оценки знаний по дисциплине;
- критерии оценивания;
- шкалы оценивания.

Примерные вопросы для подготовки к промежуточной аттестации:

#### **ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ по дисциплине «Медаменеджмент»**

1. Происхождение и сущность понятия «медаменеджмент».
2. Роль и место СМИ в системе экономических отношений в России.
3. Типология СМИ по различным признакам.

4. Понятие и типология медиа-организаций. Специфика их деятельности в российской практике.
5. Система государственных и негосударственных органов управления СМИ в России.
6. Определение понятия и виды общественных объединений СМИ.
7. Нормативно-правовое обеспечение управления СМИ.
8. Закон РФ «О СМИ»
9. Особенности телевидения как индустрии. Источники доходов в телеиндустрии.
10. Модели организации и финансирования общественного телевидения и радиовещания в разных странах.
11. Основные тенденции развития современного российского радиорынка.
12. Конкурентные преимущества онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ.
13. Виды интернет-СМИ, их специфика. Регистрация Интернет-ресурса как электронного периодического СМИ.
14. Виды организационных структур современных СМИ.
15. Международные организации, регулирующие деятельность СМИ.
16. Внешняя и внутренняя среда СМИ.
17. Характеристика макро-уровня управления СМИ.
18. Составные элементы микро-уровня управления СМИ.
19. Экономические принципы редакционной деятельности. Функции, виды редакционного менеджмента.
20. Формирование, планирование развития и управление персоналом в СМИ. Набор и отбор персонала в контексте стратегических задач СМИ.
21. Современные средства мотивации персонала СМИ.
22. Управление карьерой. Стили управления персоналом СМИ.
23. Конфликты в системе управления персоналом в СМИ.
24. Управление контентом. Стратегии производства и закупки контента.
25. Специфика контента радио- и телеиндустрии.
26. Специфика контента прессы.
27. Особенности контента интернет-СМИ.
28. Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке.
29. Способы привлечения аудитории в различных сегментах медиаиндустрии с помощью маркетинговых инструментов.
30. Средства маркетинговых коммуникаций для управления брендом и продвижения медиапродуктов.
31. Задачи стратегического планирования в медиаиндустрии.
32. Ключевые элементы и принципы управления результативностью и эффективностью медиакомпаний. Виды контроля.
33. Медиахолдинги. Их роль и место в системе экономических отношений в России.
34. Конвергенция СМИ и новые подходы к развитию медиаиндустрии.

**Примерные критерии оценивания результатов освоения дисциплины при проведении промежуточной аттестации:**

Нормы оценки знаний предполагают учёт индивидуальных особенностей обучающихся, дифференцированный подход к обучению, проверке знаний, умений, уровня формирования компетенций.

В устных и письменных ответах обучающихся при выполнении практических заданий и расчетов учитываются: глубина знаний, владение необходимыми умениями (в объеме программы), логичность изложения материала, включая обобщения, выводы, соблюдение норм литературной речи, владение навыками и приемами выполнения практических заданий, подтверждение сделанных при решении практических заданий

выводов соответствующими нормативными документами, правильность расчета показателей, полнота и правильность раскрытых процедур и действий в предложенном практическом задании.

#### **Примерная шкала оценивания ответов обучающегося при проведении промежуточной аттестации по дисциплине (зачет)**

Оценку «зачтено» заслуживает обучающийся, твердо знающий программный материал, системно и грамотно излагающий его, аргументировано отвечающий на все вопросы, с приведением примеров, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, свободно владеющий понятийным аппаратом. Обучающийся показывает владение всеми индикаторами достижения компетенций дисциплины.

Оценку «не зачтено» получает обучающийся, не усвоивший основного содержания материала, не умеющий систематизировать информацию, делать необходимые выводы, не отвечающий на вопросы или допускающий грубые существенные ошибки при ответах. Обучающийся не демонстрирует владения индикаторами достижения компетенций по дисциплине.

## **5 УСЛОВИЯ ОСВОЕНИЯ И РЕАЛИЗАЦИИ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **5.1 Методические рекомендации обучающимся по изучению дисциплины**

В течение семестра студенты осуществляют учебные действия на лекционных и практических занятиях, усваивают и повторяют основные понятия. Контроль эффективности самостоятельной работы студентов осуществляется путем проверки освоения ими учебных заданий, предусмотренных для самостоятельной отработки.

Преподавание и изучение учебной дисциплины осуществляется в виде лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных форм работы, самостоятельной работы студентов.

#### **Методические рекомендации по подготовке студентов к практическим занятиям.**

Для лучшего усвоения и закрепления материала по данной дисциплине студентам необходимо научиться работать с литературой. Изучение дисциплины предполагает в том числе отслеживание публикаций в периодических изданиях и работу с Internet.

При подготовке к практическим занятиям студенты должны изучить рекомендованную литературу, ответить на вопросы и выполнить все задания для самостоятельной работы. При подготовке целесообразно на основе изучения рекомендованной литературы выписать в конспект основные категории и понятия по учебной дисциплине, подготовить развернутые планы ответов и краткое содержание выполненных заданий.

#### **Методические рекомендации студентам по организации самостоятельной работы по изучению литературных источников.**

При организации самостоятельной работы, следует обратить особое внимание на регулярность изучения литературы. В период изучения литературных источников необходимо так же вести конспект. В случае затруднений необходимо обратиться к преподавателю за разъяснениями.

#### **Методические рекомендации студентам по подготовке к зачету.**

При подготовке к зачету следует руководствоваться РПД. Студент должен иметь в виду, что некоторые вопросы, имеющиеся в программе, выносятся на самостоятельное изучение.

На зачете студент должен показать знание содержания предмета, терминологии, умение свободно оперировать ею. При подготовке к ответу на зачете студенту разрешено пользоваться рабочей программой дисциплины. Если студент при ответе на вопросы затрудняется с самостоятельным изложением материала, преподаватель имеет право задать ему ряд вопросов, побуждающих и направляющих студентов к полному

высказыванию по данной теме, в случае, если ответы на эти вопросы исчерпывают тему, оценка за ответ не снижается. Высказывания студентов должны соответствовать сути вопроса, быть логически выстроенными, доказательно раскрывать отношение отвечающего к излагаемой проблеме, выявлять личную точку зрения на использование тех или иных положений теоретического курса в практической работе.

## **5.2 Организация самостоятельной работы студента по дисциплине**

Самостоятельная работа студента является ключевой составляющей учебного процесса, которая определяет формирование навыков, умений и знаний, приемов познавательной деятельности и обеспечивает интерес к творческой работе.

Организация самостоятельной работы студентов осуществляется по трем направлениям:

- определение цели, программы, плана задания или работы;
- со стороны преподавателя студенту оказывается помощь в технике изучения материала, подборе литературы для ознакомления и написания доклада;
- контроль усвоения знаний, приобретения навыков по дисциплине.

Мерами по обеспечению выполнения обучающимися всех видов самостоятельной работы являются:

- наличие помещений для СРС;
- обеспечение средствами вычислительной техники, программное обеспечение;
- наличие раздаточного материала, комплектов индивидуальных заданий, учебно-методических материалов
- обеспечение учебно-методической и справочной литературой всех видов самостоятельной работы.

## **5.3 Особенности преподавания дисциплины**

В целях максимального усвоения дисциплины используются следующие технологии обучения:

- Лекция - учебное занятие, составляющее основу теоретического обучения и дающее систематизированные основы научных знаний по дисциплине, раскрывающее состояние и перспективы развития соответствующей области науки и техники, концентрирующее внимание обучающихся на наиболее сложных, узловых вопросах, стимулирующее их познавательную деятельность и способствующее формированию творческого мышления.

- Практическая работа - совместная деятельность студентов в группе под руководством лидера, направленная на решение общей задачи путем творческого сложения результатов индивидуальной работы членов команды с делением полномочий и ответственности.

- Самостоятельная работа студента, предусматривает выполнение работы - задание, которое требует от студента воспроизведения и/или обработки полученной ранее информации в форме, определяемой преподавателем, и требующей, как правило, творческого подхода.

Преподавание дисциплины опирается на современный подход к обучению и ориентируется на внесение в процесс обучения новизны, обусловленной особенностями динамики развития жизни и деятельности, спецификой различных технологий обучения и потребностями личности, общества и государства в выработке у обучаемых социально полезных знаний, убеждений, черт и качеств характера, отношений и опыта поведения.

Проведение всех видов занятий при преподавании дисциплины, проведение консультаций, промежуточная и текущая аттестация возможна с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

#### **5.4 Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Лекционные занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Практические занятия: аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет, рабочие места студентов, оснащенные компьютерами с доступом в Интернет, предназначенные для работы в электронной образовательной среде.

Студенты в полном объеме обеспечены библиотечной учебной и учебно-методической литературой. Отдел справочно-библиографических и электронных систем библиотеки СГУ включает в свою структуру читальный зал электронных ресурсов.

Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Таблица 5 – Перечень программного обеспечения

№	Перечень ПО
1	Microsoft Windows.
2	Microsoft Office
3	Архиватор 7-zip. Бесплатное программное обеспечение
4	Справочно-правовая система Консультант Плюс

При организации занятий, текущей и промежуточной аттестации с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий используются различные электронные образовательные ресурсы и онлайн сервисы, входящие в состав ЭИОС СГУ.

#### **5.5. Методическое обеспечение образовательного процесса для обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Условия организации и содержание обучения и контроля знаний инвалидов и обучающихся с ОВЗ по дисциплине определяются программой дисциплины, адаптированной при необходимости для обучения указанных обучающихся.

Организация обучения, текущей и промежуточной аттестации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся.

Исходя из психофизического развития и состояния здоровья студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ, организуются занятия совместно с другими обучающимися в общих группах, используя социально-активные и рефлексивные методы обучения создания комфортного психологического климата в студенческой группе или, при соответствующем заявлении такого обучающегося, по индивидуальной программе, которая является модифицированным вариантом основной рабочей программы дисциплины. При этом содержание программы дисциплины не изменяется. Изменяются, как правило, формы обучения и контроля знаний, образовательные технологии и дидактические материалы.

Обучение студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ также может осуществляться индивидуально и/или с применением дистанционных технологий.

Дистанционное обучение обеспечивает возможность коммуникаций с преподавателем, а так же с другими обучаемыми посредством вебинаров (например, с использованием программы Skype), что способствует сплочению группы, направляет учебную группу на совместную работу, обсуждение, принятие группового решения.

В учебном процессе для повышения уровня восприятия и переработки учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ОВЗ применяются мультимедийные и специализированные технические средства приема-передачи учебной информации в доступных формах для студентов с различными нарушениями, обеспечивается выпуск альтернативных форматов печатных материалов (крупный шрифт), электронных образовательных ресурсов в формах, адаптированных к ограничениям здоровья обучающихся, наличие необходимого материально-технического оснащения.

Подбор и разработка учебных материалов производится преподавателем с учетом того, чтобы студенты с нарушениями слуха получали информацию визуально, с нарушениями зрения – аудиально (например, с использованием программ-синтезаторов речи).

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ОВЗ фонд оценочных средств по дисциплине, позволяющий оценить достижение ими результатов обучения и уровень сформированности компетенций, предусмотренных учебным планом и рабочей программой дисциплины, адаптируется для обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.). При необходимости обучающимся предоставляется дополнительное время для подготовки ответа при прохождении аттестации.

**Приложение к рабочей программе дисциплины  
«Медиаменеджмент»**

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)**

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

**АННОТАЦИЯ**

рабочей программы дисциплины

**«Медиаменеджмент»**

Дисциплина обязательной части учебного плана

Очно-заочная форма обучения

<b>Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)</b>	3/108
<b>Цель изучения дисциплины</b>	Формирование у студентов прочных и разносторонних знаний о теоретических основах и практике менеджмента медиакомпаний в контексте динамично развивающегося мультимедийного рынка
<b>Содержание дисциплины</b>	Введение в медиаменеджмент. СМИ как объект управления Информационный рынок: структура, особенности, типы собственников Правовые основы медиаменеджмента Электронные и онлайн-СМИ: особенности функционирования Управление СМИ: макро- и микроэкономические уровни. Управление персоналом в СМИ Контент как конкурентное преимущество медиакомпаний Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке Оптимизация маркетинговых стратегий медиакомпаний Контроль эффективности деятельности управляющих органов и департаментов медиакомпаний
<b>Формируемые компетенции (коды)</b>	ОПК-2, ОПК-5.
<b>Коды и наименование индикатора достижения компетенции</b>	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
<b>Дисциплины, участвующие в формировании компетенции</b>	Разработка и технологии производства рекламного и PR продукта Медиаартиллерия и медиапланирование Профессионально-ознакомительная практика
<b>Образовательные технологии</b>	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации
<b>Форма промежуточной аттестации</b>	Зачет