

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»

Институт филологии

Кафедра литературы и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
И. о. проректора по УР
М. Х. Чанкаев
«29» мая 2024 г., протокол № 8

Рабочая программа дисциплины

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(шифр, название направления)

направленность (профиль) программы

Общий профиль

Квалификация выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная/заочная

Год начала подготовки – 2024

Карачаевск, 2024

Составитель: к.филол.н., доц. Токова А.Р.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №524, на основании учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) подготовки «Общий профиль», локальных актов КЧГУ

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры литературы и журналистики на 2024-2025 учебный год, протокол № 09 от 23.05.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Наименование дисциплины (модуля).....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПВО.....	4
3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся.....	5
5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий.....	6
5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах).....	6
6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы.....	10
7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю).....	12
7.1. Индикаторы оценивания сформированности компетенций.....	12
7.2. Перевод балльно-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания.....	14
7.3. Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины.....	15
7.3.1. Перечень вопросов для зачета.....	15
7.3.2. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:.....	16
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса.....	17
8.1. Основная литература.....	17
8.2. Дополнительная литература.....	17
9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля).....	17
9.1. Общесистемные требования.....	17
9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины.....	18
9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения.....	18
9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	18
10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья.....	19
12. Лист регистрации изменений.....	20

1. Наименование дисциплины (модуля)

Экономика и менеджмент СМИ

Целью изучения дисциплины является:

формирование у обучающихся общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях менеджмента.

Для достижения цели ставятся задачи:

1. комплексно изучить специфику и широкие экономические возможности различных типов СМИ;
2. ориентироваться в маркетинговой политике СМИ;
3. освоить современную финансовую стратегию маркетинга для разных типов.
4. освоить основные принципы менеджмента предприятий СМИ.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОПВО

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» (Б1.В.14) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений – «Блок 1. Дисциплины (модули)» учебного плана.	
Дисциплина (модуль) изучается на 4 курсе в 7 семестре.	
Индекс	Б1.В.14
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь знания, сформированные в процессе изучения следующих дисциплин: «Основы журналистской деятельности», «Система СМИ», «Выпуск учебных СМИ», «Экономика» и другие.	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Изучение дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» необходимо для успешного освоения следующих дисциплин: «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Современная пресс-служба», «Реклама и связи с общественностью» и другие.	

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижения компетенций
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели УК-9.3. Владеет навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков

		в различных областях жизнедеятельности
ПК-2	Отслеживание информационных поводов и планирование деятельности	<p>2.1. Выбирает достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.</p> <p>ПК-2.2. Определяет, находит и разрабатывает актуальные интересные темы для целевой аудитории; работает над использованием приемов эффективной коммуникации; анализирует большой объем информации; учитывает сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом.</p> <p>ПК-2.3. Работает над совершенствованием навыков поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласовывает темы будущего материала с редакцией; выполняет задания редакции по сбору информации; изучает специфику и особенности освещаемой темы; работает над определением основной сюжетной линии будущего материала; составляет график работы для соблюдения сроков задания; работает над подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции</p>

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Объём дисциплины	Всего часов	Всего часов
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)* (всего)		
Аудиторная работа (всего):	36	8
в том числе:		
лекции	18	4
семинары, практические занятия	18	4

практикумы	Не предусмотрено	
лабораторные работы	Не предусмотрено	
Внеаудиторная работа:		
консультация перед зачетом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36	92
Контроль самостоятельной работы	36	8
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	экзамен	экзамен

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

**5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий
(в академических часах)**

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)				
			всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа
				Лек	Пр	Лаб	
	Раздел 1. Экономическая деятельность СМИ	14	4	4		6	
•	Тема: Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ /лз/	2	2				
•	Тема: Массовая информация как товар на информационном рынке /ср/	2				2	
•	Тема: Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура /нз/	2		2			
•	Тема: Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса /ср/	2				2	
•	Тема: Формы организации медиабизнеса /лз/	2	2				
•	Тема: Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием. /ср/	2				2	
•	Тема: Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса /нз/	2		2			
	Раздел 2. Редакционный маркетинг	24	6	6		12	
•	Тема: Финансовый капитал на информационном рынке /лз/	2	2				
•	Тема: Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления /ср/	2				2	
•	Тема: Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор	2		2			

	информационной ниши /нз/					
•	Тема: Исследование рынка покупателей /ср/	2				2
•	Тема: Бюджет редакции печатного периодического издания. /ср/	2				2
•	Тема: Ценовая политика редакции, её направления /ср/	2				2
•	Тема: Редакционно-издательский маркетинг /нз/	2		2		
•	Тема: Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства /ср/	2				2
•	Тема: Планирование и методы маркетинга /лз/	2	2			
•	Тема: Экономические принципы редакционной деятельности /ср/	2				2
•	Тема: Служба маркетинга /нз/	2		2		
•	Тема: Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента /ср/	2				2
	Раздел 3. Производственный менеджмент редакции	8	2	2		4
•	Тема: Особенности редакционного менеджмента /лз/	2	2			
•	Тема: Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организованные принципы редакционной деятельности /ср/	2				2
•	Тема: Менеджмент и управление редакционным коллективом /нз/	2		2		
•	Тема: Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе /ср/	2				2
	Раздел 4. Менеджмент СМИ	18	6	4		8
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /лз/	2	2			
•	Тема: Кадровый менеджмент /ср/	2				2
	Тема: Распространение периодического издания /нз/	2		2		
•	Тема: Себестоимость изданий и пути ее снижения /ср/	2				2
•	Тема: Менеджмент и бизнес-план редакции /лз/	2	2			
•	Тема: Методы распространения и реализации тиража /ср/	2				2
•	Тема: Ценовая политика редакции /нз/	2		2		
•	Тема: Редакционная служба распространения /ср/	2				2
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /лз/	2	2			
	Раздел 5. Этическая сторона производственной деятельности журналистов	8	2	2		4

•	Тема: Менеджмент и этика /лз/	2	2			
•	Тема: Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции /ср/	2				2
•	Тема: Менеджмент, правовые и этические нормы СМИ /нз/	2		2		
•	Тема: Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента /ср/	2				2
	Контроль самостоятельной работы				36	
	Всего	108	18	18	36	36

Для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			Сам. работа	
			всего	Аудиторные уч. занятия			
				Лек	Пр		Лаб
	Раздел 1. Экономическая деятельность СМИ	20	4	4		12	
•	Тема: Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ /лз/	2	2				
•	Тема: Массовая информация как товар на информационном рынке /ср/	4				4	
•	Тема: Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура /нз/	2		2			
•	Тема: Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса /ср/	4				4	
•	Тема: Формы организации медиабизнеса /лз/	2	2				
•	Тема: Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием /ср/	4				4	
•	Тема: Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса /нз/	2		2			
	Раздел 2. Редакционный маркетинг	24				24	
•	Тема: Финансовый капитал на информационном рынке /ср/	2				2	
•	Тема: Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления /ср/	2				2	
•	Тема: Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши /ср/	2				2	
•	Тема: Исследование рынка покупателей. /ср/	2				2	
•	Тема: Бюджет редакции печатного периодического издания. /ср/	2				2	

•	Тема: Ценовая политика редакции, её направления /ср/	2			2
•	Тема: Редакционно-издательский маркетинг /ср/	2			2
•	Тема: Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства /ср/	2			2
•	Тема: Планирование и методы маркетинга /ср/	2			2
•	Тема: Экономические принципы редакционной деятельности /ср/	2			2
•	Тема: Служба маркетинга /ср/	2			2
•	Тема: Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента /ср/	4			4
	Раздел 3. Производственный менеджмент редакции	16			16
•	Тема: Особенности редакционного менеджмента /ср/	4			4
•	Тема: Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организованные принципы редакционной деятельности /ср/	4			4
•	Тема: Менеджмент и управление редакционным коллективом /ср/	4			4
•	Тема: Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе /ср/	4			4
	Раздел 4. Менеджмент СМИ	24			24
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /ср/	2			2
•	Тема: Кадровый менеджмент /ср/	2			2
	Тема: Распространение периодического издания /ср/	2			2
•	Тема: Себестоимость изданий и пути ее снижения /ср/	2			2
•	Тема: Менеджмент и бизнес-план редакции /ср/	4			4
•	Тема: Методы распространения и реализации тиража /ср/	2			2
•	Тема: Ценовая политика редакции /ср/	4			4
•	Тема: Редакционная служба распространения /ср/	4			4
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /ср/	2			2
	Раздел 5. Этическая сторона производственной деятельности журналистов	16			16
•	Тема: Менеджмент и этика /ср/	4			4
•	Тема: Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. /ср/	4			4

•	Тема: Менеджмент, правовые и этические нормы СМИ /ср/	4				4
•	Тема: Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента /ср/	4				4
	Контроль самостоятельной работы	8			8	
	Всего	108	4	4	8	92

6. Основные формы учебной работы и образовательные технологии, используемые при реализации образовательной программы

Лекционные занятия. Лекция является основной формой учебной работы в вузе, она является наиболее важным средством теоретической подготовки обучающихся. На лекциях рекомендуется деятельность обучающегося в форме активного слушания, т.е. предполагается возможность задавать вопросы на уточнение понимания темы и рекомендуется конспектирование основных положений лекции. Основная дидактическая цель лекции - обеспечение ориентировочной основы для дальнейшего усвоения учебного материала. Лекторами активно используются: лекция-диалог, лекция - визуализация, лекция - презентация. Лекция - беседа, или «диалог с аудиторией», представляет собой непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Ее преимущество состоит в том, что она позволяет привлекать внимание слушателей к наиболее важным вопросам темы, определять содержание и темп изложения учебного материала с учетом особенностей аудитории. Участие обучающихся в лекции – беседе обеспечивается вопросами к аудитории, которые могут быть как элементарными, так и проблемными.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Рекомендуется на первой лекции довести до внимания студентов структуру дисциплины и его разделы, а в дальнейшем указывать начало каждого раздела (модуля), суть и его задачи, а, закончив изложение, подводить итог по этому разделу, чтобы связать его со следующим. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины. Для эффективного проведения лекционного занятия рекомендуется соблюдать последовательность ее основных этапов:

1. формулировку темы лекции;
2. указание основных изучаемых разделов или вопросов и предполагаемых затрат времени на их изложение;
3. изложение вводной части;
4. изложение основной части лекции;
5. краткие выводы по каждому из вопросов;
6. заключение;
7. рекомендации литературных источников по излагаемым вопросам.

Лабораторные работы и практические занятия. Дисциплины, по которым планируются лабораторные работы и практические занятия, определяются учебными планами. Лабораторные работы и практические занятия относятся к основным видам учебных занятий и составляют важную часть теоретической и профессиональной практической подготовки. Выполнение студентом лабораторных работ и практических занятий направлено на:

- обобщение, систематизацию, углубление, закрепление полученных теоретических знаний по конкретным темам дисциплин математического и общего естественно-научного, общепрофессионального и профессионального циклов;
- формирование умений применять полученные знания на практике, реализацию единства интеллектуальной и практической деятельности;
- развитие интеллектуальных умений у будущих специалистов: аналитических, проектировочных, конструктивных и др.;

- выработку при решении поставленных задач таких профессионально значимых качеств, как самостоятельность, ответственность, точность, творческая инициатива. Методические рекомендации разработаны с целью единого подхода к организации и проведению лабораторных и практических занятий.

Лабораторная работа — это форма организации учебного процесса, когда студенты по заданию и под руководством преподавателя самостоятельно проводят опыты, измерения, элементарные исследования на основе специально разработанных заданий. Лабораторная работа как вид учебного занятия должна проводиться в специально оборудованных учебных аудиториях. Необходимыми структурными элементами лабораторной работы, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются инструктаж, проводимый преподавателем, а также организация обсуждения итогов выполнения лабораторной работы. Дидактические цели лабораторных занятий:

- формирование умений решать практические задачи путем постановки опыта;
- экспериментальное подтверждение изученных теоретических положений, экспериментальная проверка формул, расчетов;
- наблюдение и изучения явлений и процессов, поиск закономерностей;
- изучение устройства и работы приборов, аппаратов, другого оборудования, их испытание;
- экспериментальная проверка расчетов, формул.

Практическое занятие — это форма организации учебного процесса, направленная на выработку у студентов практических умений для изучения последующих дисциплин (модулей) и для решения профессиональных задач. Практическое занятие должно проводиться в учебных кабинетах или специально оборудованных помещениях. Необходимыми структурными элементами практического занятия, помимо самостоятельной деятельности студентов, являются анализ и оценка выполненных работ и степени овладения студентами запланированными умениями. Дидактические цели практических занятий: формирование умений (аналитических, проектировочных, конструктивных), необходимых для изучения последующих дисциплин (модулей) и для будущей профессиональной деятельности.

Семинар - форма обучения, имеющая цель углубить и систематизировать изучение наиболее важных и типичных для будущей профессиональной деятельности обучаемых тем и разделов учебной дисциплины. Семинар - метод обучения анализу теоретических и практических проблем, это коллективный поиск путей решений специально созданных проблемных ситуаций. Для студентов главная задача состоит в том, чтобы усвоить содержание учебного материала темы, которая выносится на обсуждение, подготовиться к выступлению и дискуссии. Семинар - активный метод обучения, в применении которого должна преобладать продуктивная деятельность студентов. Он должен развивать и закреплять у студентов навыки самостоятельной работы, умения составлять планы теоретических докладов, их тезисы, готовить развернутые сообщения и выступать с ними перед аудиторией, участвовать в дискуссии и обсуждении.

В процессе подготовки к практическим занятиям, обучающимся необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем по каждой теме семинарского или практического занятия, что позволяет обучающимся проявить свою

индивидуальность в рамках выступления на данных занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

Образовательные технологии. При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения. Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач, публичная презентация проекта и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Индикаторы оценивания сформированности компетенций

Компетенции	Зачтено			Не зачтено
	Высокий уровень (отлично) (86-100% баллов)	Средний уровень (хорошо) (71-85% баллов)	Низкий уровень (удовлетворительно) (56-70% баллов)	Ниже порогового уровня (неудовлетворительно) (до 55 % баллов)
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Умеет в полном объеме принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. В целом умеет в полном объеме принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Не умеет принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности
	УК-9.2. Знает в полном объеме как использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	УК-9.2. Знает как использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	УК-9.2. В целом знает как использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	УК-9.2. Не знает как использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели
	УК-9.3. В полном объеме владеет навыками применения	УК-9.3. Владеет навыками применения экономических	УК-9.3. В целом владеет навыками применения экономических	УК-9.3. Не владеет навыками применения

	экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
ПК-2: Отслеживание информационных поводов и планирование деятельности	ПК-2.1. Знает в полном объеме достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.	ПК-2.1. Знает достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы	ПК-2.1. В целом знает достоверные источники информации; технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; знает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы	ПК-2.1. Не знает достоверные источники информации; технологии и методы поиска информации; не имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; не знает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.
	ПК-2.2. Умеет в полном объеме определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с	ПК-2.2. Умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним рас-	ПК-2.2. В целом умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним порядком	ПК-2.2. Не умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения

	внутренним порядком организации и техно-логическим процессом.	порядком организации и техно-логическим процессом.	организации и техно-логическим процессом.	работы в соответствии с внутренним порядком организации и техно-логическим процессом.
	ПК-2.3. Владеет в полном объеме навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	ПК-2.3. Владеет навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	ПК-2.3. В целом владеет в полном объеме навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	ПК-2.3. Не владеет в полном объеме навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции

7.2. Перевод балльно-рейтинговых показателей оценки качества подготовки обучающихся в отметки традиционной системы оценивания

Порядок функционирования внутренней системы оценки качества подготовки обучающихся и перевод балльно-рейтинговых показателей обучающихся в отметки традиционной системы оценивания проводится в соответствии с положением КЧГУ «Положение о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся», размещенным на сайте Университета по адресу: <https://kchgu.ru/inye-lokalnye-akty/>

7.3. Типовые контрольные вопросы и задания, необходимые для оценивания сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.3.1. Перечень вопросов для зачета:

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
3. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
4. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
5. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
6. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
7. Торговая марка, товарный знак, «брэнд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
8. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
9. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
10. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
11. Затратный и иные методы ценообразования.
12. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
13. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
14. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
15. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
16. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
17. Журналистская информация как товар
18. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг.
19. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
20. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
21. Маркетинговый и рекламный бюджет
22. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
23. Понятия издержек и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
24. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
25. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
26. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
27. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
28. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
29. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система
30. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
31. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
32. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
33. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.
34. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.

35. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ. Виды налогов и внебюджетные фонды.
36. Основные и оборотные фонды предприятия – редакции СМИ.
37. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
38. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
39. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
40. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
41. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
42. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали,
43. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций
44. Рынок бумаги и полиграфических услуг
45. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
46. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
47. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
48. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства.
Точка
49. безубыточности и критический объем производства.
50. Составляющие комплекса маркетинга.
51. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
52. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
53. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
54. Организационная структура редакции и штатное расписание.
55. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.

7.3.2. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности
2. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
3. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
4. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
5. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
6. Журналистская информация как товар
7. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
8. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
9. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
10. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
11. Рынок бумаги и полиграфических услуг
12. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
13. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
14. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций.
15. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
16. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
17. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
18. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали,

19. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций
20. Рынок бумаги и полиграфических услуг
21. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
22. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
23. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
24. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства. Точка безубыточности и критический объем производства.
25. Составляющие комплекса маркетинга.
26. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
27. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиарынке.
28. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
29. Организационная структура редакции и штатное расписание.
30. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

8.1. Основная литература:

1. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ: специализация и профилизация в журналистике: Учебное пособие / Бессонов С.И., - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2018. - 123 с.: ISBN 978-5-9765-3562-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966434> (дата обращения: 01.10.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. - М.: Аспект Пресс, 2009. – 296 с. ISBN: 978-5-7567-0545-4.

8.2. Дополнительная литература:

1. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: учебник / А. А.Марков О. И. Молчанова , Н. В. Полякова ; под общей редакцией А. А. Маркова - Москва : ИНФРА-М, 2016. - 252 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-006505-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/544650> (дата обращения: 14.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации: учебное пособие / Г. А. Яковлев. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 143 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/939892> (дата обращения: 18.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

9. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

9.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

Каждый обучающийся в течение всего периода обучения обеспечен индивидуальным неограниченным доступом к электронной информационно-образовательной среде (ЭИОС) Университета из любой точки, в которой имеется доступ к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», как на территории Университета, так и вне ее.

Функционирование ЭИОС обеспечивается соответствующими средствами информационно-коммуникационных технологий и квалификацией работников, ее использующих и поддерживающих. Функционирование ЭИОС соответствует законодательству Российской Федерации.

Адрес официального сайта университета: <http://kchgu.ru>.

Адрес размещения ЭИОС ФГБОУ ВО «КЧГУ»: <https://do.kchgu.ru>.

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2024-2025 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 238 от 23.04.2024г. Электронный адрес: https://znanium.com	от 23.04.2024г. до 11.05.2025г.
2024-2025 учебный год	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № 36 от 19.01.2024 г. Электронный адрес: https://e.lanbook.com	Бессрочный
2024-2025 учебный год	Электронно-библиотечная система КЧГУ. Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1. Электронный адрес: http://lib.kchgu.ru	Бессрочный
2024-2025 учебный год	Национальная электронная библиотека (НЭБ). Договор №101/НЭБ/1391-п от 22. 02. 2023 г. Электронный адрес: http://rusneb.ru	Бессрочный
2024-2025 учебный год	Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU». Лицензионное соглашение №15646 от 21.10.2016 г. Электронный адрес: http://elibrary.ru	Бессрочный
2024-2025 учебный год	Электронный ресурс Polpred.com Обзор СМИ. Соглашение. Бесплатно. Электронный адрес: http://polpred.com	Бессрочный

9.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

Занятия проводятся в учебных аудиториях, предназначенных для проведения занятий лекционного и практического типа, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с расписанием занятий по образовательной программе. С описанием оснащённости аудиторий можно ознакомиться на сайте университета, в разделе материально-технического обеспечения и оснащённости образовательного процесса по адресу: <https://kchgu.ru/sveden/objects/>

9.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

- Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
- Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
- ABBY FineReader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
- CalculateLinux (внесён в ЕРПИ Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
- Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
- Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 25.01.2023 г. по 03.03.2025 г.

9.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Федеральный портал «Российское образование»- <https://edu.ru/documents/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru/>

3. Базы данных Scopus издательства Elsevier <http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>.
4. Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <http://fgosvo.ru>.
5. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) – <http://edu.ru>.
6. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru>.
7. Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – <http://window/edu.ru>.

10. Особенности организации образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ФГБОУ ВО «Карачаево-Черкесский государственный университет имени У.Д. Алиева» созданы условия для получения высшего образования по образовательным программам обучающихся с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ).

Специальные условия для получения образования по ОПВО обучающимися с ограниченными возможностями здоровья определены «[Положением об обучении лиц с ОВЗ в КЧГУ](#)», размещенным на сайте Университета по адресу: <http://kchgu.ru>.

12. Лист регистрации изменений

В рабочей программе внесены следующие изменения:

Изменение	Дата и номер ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения	Дата введения изменений
Обновлены договоры: 1. На антивирус Касперского. (Договор №56/2023 от 25 января 2023г.). Действует до 03.03.2025г. 2. Договор № 915 ЭБС ООО «Знаниум» от 12.05.2023г. Действует до 15.05.2024г. 3. Договор № 36 от 14.03.2024г. эбс «Лань». Действует по 19.01.2025г. 4. Договор № 238 эбс ООО «Знаниум» от 23.04.2024г. Действует до 11 мая 2025г.	28.05.2024 г., протокол № 8	29.05.2024 г., протокол № 8	30.05.2024г.,