

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Комсомольский-на-Амуре государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
Социально-гуманитарный факультет
_____Цевелева И.В.
«__» _____ 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Медиаменеджмент»

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	Бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2022
Форма обучения	Очная форма
Технология обучения	Традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	5	4

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет оценкой	Кафедра «История и культурология»

Комсомольск-на-Амуре

Разработчик рабочей программы:

Старший преподаватель,

Кандидат исторических наук

_____ Верхоломов С.А.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий кафедрой

Кафедра «История и культурология»

_____ Петрунина Ж.В.

1 Введение

Рабочая программа и фонд оценочных средств дисциплины «Медиаменеджмент» составлены в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта, утвержденного приказом Минобрнауки Российской Федерации № 512 от 08.06.2017, и основной профессиональной образовательной программы подготовки «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии» по направлению подготовки «42.03.01 Реклама и связи с общественностью».

Практическая подготовка реализуется на основе:

Профессиональный стандарт [Профессиональный стандарт 06.009 «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации». Обобщенная трудовая функция: В. Организация продвижения продукции СМИ], ПС 06.009, ТФ 3.2.2, разработка маркетинговой стратегии для продукции СМИ,

ТД-2Выбор маркетинговых технологий и инструментов для донесения до потребителя необходимой информации.

Задачи дисциплины	- освоение основных правил медиаанализа и медиаменеджмента; - получение студентами навыков составления медиаплана, оценки его эффективности
Основные разделы / темы дисциплины	- Теоретические основы медиаменеджмента - Формирование кампании в медиа - Практические аспекты организационного поведения

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

Процесс изучения дисциплины «Медиаменеджмент» направлен на формирование следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и основной образовательной программой (таблица 1):

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Универсальные		
Общепрофессиональные		
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 особенности регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития ОПК-5.2 Уметь использовать в профессиональной деятельности особенностей регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития ОПК-5.3 Владеет навы-	Знать особенности регионального медиакоммуникационного развития и использовать современные информационнокоммуникационные технологии, в том числе интернеттехнологии и специализированные программные продукты в сфере медиаменеджмента. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа в медиаменеджменте

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
	ками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития	- Умеет использовать в деятельности медиаменеджмента особенности регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа в медиаменеджменте - Владеет навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью в сфере медиаменеджмента с учетом особенностей регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа в медиаменеджменте
Профессиональные		

3 Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиаменеджмент» изучается на 3 курсе(ах) в 5 семестре(ах).

Дисциплина входит в состав блока 1 «Дисциплины (модули)» и относится к обязательной части.

Знания, умения и навыки, сформированные при изучении дисциплины «Медиаменеджмент», будут востребованы при изучении последующих дисциплин: «Бизнес- планирование в рекламе и связях с общественностью» / при прохождении практики. (профессионально-ознакомительная).

Дисциплина «Медиаменеджмент» частично реализуется в форме практической подготовки. Практическая подготовка организуется путем проведения - выполнения практических занятий, контрольных работ, иных видов учебной деятельности.

Входной контроль не проводится.

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 составляет 5 з.е., 180 акад. час.

Распределение объема дисциплины (модуля) по видам учебных занятий представлено в таблице 2.

Таблица 2 – Объем дисциплины (модуля) по видам учебных занятий

Объем дисциплины	Всего академических часов
Общая трудоемкость дисциплины	144
Контактная аудиторная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий), всего	36
В том числе:	
занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками)	12
в том числе часов практической подготовки	0
занятия семинарского типа (семинары, практические занятия, практикумы, лабораторные работы, коллоквиумы и иные аналогичные занятия)	24:
в том числе часов практической подготовки	8 часа практ. занятий
Самостоятельная работа обучающихся и контактная работа , включающая групповые консультации, индивидуальную работу обучающихся с преподавателями (в том числе индивидуальные консультации); взаимодействие в электронной информационно-образовательной среде вуза	108
Промежуточная аттестация обучающихся – Зачет дифференцированный	0

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

Таблица 3 – Структура и содержание дисциплины (модуля)

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
Раздел 1. «Теоретические основы медиаменеджмента»				
Тема 1. Сущность, содержание, основные принципы современного медиаменеджмента. Сущность и содержание медиаменеджмента, основные подходы к определению менеджмента. Субъект и объект управления. Модели управления и виды менеджмента. Основные принципы и функции менеджмента в современном обществе. Инфраструктура менеджмента и понятие системы менеджмента. Основные подсистемы менеджмента и их содержание. Основные социофакторы менеджмента и их значение. Юридическая и социальная ответственность менеджмента. Этические	1	1	-	12

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
аспекты менеджмента. Морально-этические аспекты процесса организации управления. Интеграционные процессы в менеджменте и их содержание. Дифференциация и интеграция в организации работ. Создание интеграционного механизма как средства повышения эффективности работы организации. Моделирование проблемных ситуаций и его основные инструменты. Процесс принятия решений и его основные цели. Содержание основных этапов принятия и реализации решения. Рациональный выбор альтернатив и его этапы. Природа и состав функций менеджмента				
Раздел 2. «Формирование кампании в медиа»				
Тема 2. Стратегическое планирование и его значение для организации. Тактическое планирование и его особенности. Особенности построения организационных отношений в системе менеджмента. Основные формы организации. Мотивация деятельности членов организации и факторы, её определяющие. Регулирование и контроль в системе управления. Групповая динамика и составляющие её процессы. Лидерство, его особенности и виды. Руководство организацией: власть и партнерство. Стили менеджмента и подходы к определению стилей менеджмента. Конфликтность, типы и причины конфликта в коллективе. Факторы эффективности организационной деятельности	1	2	-	12
Тема 3. Теория организации в медиасфере Теория организации и управление персоналом. Основные подходы к определению понятия организации. Организация и социальная среда, соотношение прагматических целей организации и проблем социума. Подходы к построению типологии организаций. Бюрократия как идеальная модель формальной организации (Вебер). Подходы к анализу организации как объекта управления. Органический, структурный и ресурсный подходы, их основные особенности. Процессный подход к анализу орга-	1	2	-	14

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
низации как объекта управления, его особенности. Понятие бизнес-процесса. Системный подход и его основные принципы. Организация как система; типы организационных структур; взаимодействие членов организации. Ситуационный подход к анализу организации как объекта управления, его особенности. Понятие жизненного цикла организации. Теории жизненного цикла организации. Основные этапы жизненного цикла организации в различных концепциях				
Раздел 3. «Практические аспекты организационного поведения»				
Тема 4. Практические аспекты организационного поведения Организация как специфическая форма общения; связи с общественностью как элемент самоорганизации системы; разработка цели и стратегии управления; стратегический менеджмент. Типы и основные свойства групп. Формальные и неформальные группы. Стадии группового развития. Модель группового поведения Д.Хоманса. Имплицированная теория личности К.Бруннера. Традиции групповой работы и их характеристика. Параметры взаимодействия членов группы. Модели организационного поведения человека: активный член организации, приспособленец, оригинал, бунтарь. Преимущества и недостатки различных моделей организационного поведения. Информационное обеспечение менеджмента	1	3*	-	14
Тема 5. Подходы к построению организационной структуры в сфере медиа Понятие структуры организации. Вертикальное разделение труда. Широкая и узкая сфера контроля. Объем управления и его содержание. Организационная структура с точки зрения функционального подхода. Вертикальная и горизонтальная децентрализация. Основные формы децентрализации. Преимущества и недостатки децентрализованных организационных структур. Организационная структура с точки зре-	2	3*	-	14

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
ния механистического подхода к управлению организацией. Основные характеристики механистической организационной структуры. Базовые типы взаимодействия в структуре организации. Технологии работы. Принципы формирования организационных структур. Параметры организационного дизайна по Г.Минцбергу. Типы организационных структур: линейные, функционально-рыночные и адаптивные оргструктуры. Аутсорсинг как средство сокращения структуры организации. Организационные патологии и их основные типы				
Тема 6. Внешняя среда бизнеса в сфере медиа Критерии определения понятия "медиабизнес" и его основные параметры. Основные виды бизнеса. Внутренняя и внешняя среда медиабизнеса. Подходы к разграничению внутренней и внешней среды бизнеса. Значение анализа внешней среды бизнеса для управленческого процесса. Структура внешней среды бизнеса. Локальная среда бизнеса, её структура. Определение текущего положения организации на рынке. Матрица И.Ансоффа как инструмент определения положения организации на рынке. Конкуренция как фактор внешней среды бизнеса. Конкурентные преимущества и их классификация. Основные детерминанты конкуренции. Глобальная и международная среда бизнеса и критерии их разграничения. Глобальная среда бизнеса и её составляющие. Методы анализа и оценки глобальной среды бизнеса. Международная среда бизнеса и её основные факторы. Стратегии построения взаимоотношений компании и международной среды бизнеса.	2	3	-	14
Тема 7. Этика бизнеса в сфере медиа Значение этических норм в сфере медиа. Эволюция этических воззрений на предпринимательскую деятельность. Социальная ответственность бизнеса. Традиционный подход к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса	2	3	-	16

Наименование разделов, тем и содержание материала	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)			
	Контактная работа преподавателя с обучающимися			СРС
	Лекции	Семинарские (практические занятия)	Лабораторные занятия	
и его содержание. Этический подход к пониманию проблем социальной ответственности бизнеса и его содержание.				
Тема 8. Социально-этический подход к пониманию проблем социальной ответственности и его содержание. Этические уровни ответственности деловой организации. Релятивистский подход к социальной ответственности организации и его содержание. Теория естественного права, утилитаризм и теория универсальности. Уровни регулирования деловой этики в организации. Моральные обязательства руководителя. Функции морального авторитета лидера. Основные этические проблемы владельца бизнеса. Деловой этикет и его основные принципы.	2	3	-	14
ИТОГО по дисциплине	12	32	-	96

*- реализуется в форме практической подготовки

6 Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

При планировании самостоятельной работы студенту рекомендуется руководствоваться следующим распределением часов на самостоятельную работу (таблица 4):

Таблица 4 – Рекомендуемое распределение часов на самостоятельную работу

Компоненты самостоятельной работы	Количество часов
Изучение теоретических разделов дисциплины	38
Подготовка к занятиям семинарского типа	38
Подготовка и оформление контрольной работы	32
	108

7 Оценочные средства для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации представлен в Приложении 1.

Полный комплект контрольных заданий или иных материалов, необходимых для оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю), практике хранится на кафедре-разработчике в бумажном и электронном виде.

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

Основная литература

1 Кирилова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента / Н.Б. Кирилова – Москва : Флинта, 2017. – 184 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=377730> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Цифровой бизнес : учебник / под науч. ред. О. В. Китовой. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 418 с. — (Высшее образование: Магистратура). - ISBN 978-5-16-013017-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1659834> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

3 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: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

4 Современный медиахолдинг: формы существования и проблемы институционализации : монография / Б. Я. Мисонжников, И. Н. Блохин, М. О. Потолокова ; отв. ред. Б. Я. Мисонжников. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА, 2018. - 504 с. - ISBN 978-5-9765-3321-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1722293> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

5 Лозовский Б.Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации / Б.Н. Лозовский. – Екатеринбург : Издательство Уральского университета, 2008. – 212 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=96481> (дата обращения: 23.04.2021). – Режим доступа: по подписке.

Дополнительная литература

1 Брендинг как коммуникативная технология XXI века [Электронный ресурс] : Материалы Первой Всероссийской научно-практической конференции 1 декабря 2014 г. / Под ред. д-ра филол. наук, проф. А. Д. Кривоносова. – Санкт-Петербург : Изд-во СПбГЭУ, 2014. – 158 с// Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/535353> (дата обращения: 02.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

2 Кузьмина, О. Г. Бренд-менеджмент : учебное пособие / О. Г. Кузьмина. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2019. — 176 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. – URL: <https://znanium.com/catalog/product/989798> (дата обращения: 02.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

3 Щербаков, С. Партизанский маркетинг в социальных сетях. Инструкция по эксплуатации SMM-менеджера : практическое руководство / С. Щербаков. - 2-е изд. - Санкт-Петербург : Питер, 2017. - 320 с. - (Серия «Деловой бестселлер»). - ISBN 978-5-496-03019-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1789508> (дата обращения: 27.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

4 Немировская, М.Л. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: монография / М.Л. Немировская. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 199 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-02463-9. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028666> (дата обращения: 02.12.2021). – Режим доступа: по подписке.

5 Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 254 с. // Znanium.com : электронно-библиотечная система. —URL: <https://znanium.com/catalog/product/1038970> (дата обращения: 02.12.2021). — Режим доступа: по подписке.

6 Айдаркина, Е. Е. Теория и практика управления : учебное пособие / Е. Е. Айдаркина ; Южный федеральный университет. - Ростов-на-Дону ; Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2020. - 164 с. - ISBN 978-5-9275-3324-4. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1308347> (дата обращения: 27.12.2021). — Режим доступа: по подписке.

Методические указания для студентов по освоению дисциплины

1 Семёнов, А.Б.. Методические указания к написанию контрольных работ по дисциплине «Медиаменеджмент» для студентов направления «Реклама и связи с общественностью» (Размещение: СЭД «Альфреско»).

Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

1 Электронно-библиотечная система ZNANIUM.COM. Договор № 4997 эбс ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 004 6311 244 от 13 апреля 2021 г.

2 Электронно-библиотечная система IPRbooks. Лицензионный договор № ЕП 44/4 на предоставление доступа к электронно-библиотечной системе IPRbooks ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010 003 6311 244 от 05 февраля 2021 г.

3 Образовательная платформа Юрайт. Договор № ЕП44/2 на оказание услуг по предоставлению доступа к образовательной платформе ИКЗ 21 1 2727000769 270301001 0010001 6311 244 от 02 февраля 2021 г.

4 Электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU (периодические издания) Договор № ЕП 44/3 на оказание услуг доступа к электронным изданиям ИКЗ 211 272 7000769 270 301 001 0010 002 6311 244 от 04 февраля 2021 г.

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1 Официальный сайт Российской ассоциации по связям с общественностью: <https://www.raso.ru/>

2 Специализированный портал CreateBrand: <http://www.createbrand.ru/about/>

Лицензионное программное обеспечение, используемое при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Таблица 5 – Перечень используемого программного обеспечения

Наименование ПО	Реквизиты / условия использования
OpenOffice	Свободная лицензия, условия использования по ссылке: https://www.openoffice.org/license.html

9 Организационно-педагогические условия

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории обучающийся имеет право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных моду-

лей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает обучающегося от необходимости их повторного освоения.

Образовательные технологии

Учебный процесс при преподавании курса основывается на использовании традиционных, инновационных и информационных образовательных технологий. Традиционные образовательные технологии представлены лекциями и семинарскими (практическими) занятиями. Инновационные образовательные технологии используются в виде широкого применения активных и интерактивных форм проведения занятий. Информационные образовательные технологии реализуются путем активизации самостоятельной работы студентов в информационной образовательной среде.

Занятия лекционного типа

Лекционный курс предполагает систематизированное изложение основных вопросов учебного плана.

На первой лекции лектор обязан предупредить студентов, применительно к какому базовому учебнику (учебникам, учебным пособиям) будет прочитан курс.

Лекционный курс должен давать наибольший объем информации и обеспечивать более глубокое понимание учебных вопросов при значительно меньшей затрате времени, чем это требуется большинству студентов на самостоятельное изучение материала.

Занятия семинарского типа

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях. В обязанности преподавателя входят: оказание методической помощи и консультирование студентов по соответствующим темам курса.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа студентов – это процесс активного, целенаправленного приобретения студентом новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью, эффективным контролем и оценкой результатов деятельности обучающегося.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности студентов, ответственности и организованности;

- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Технология организации самостоятельной работы студентов включает использование информационных и материально-технических ресурсов университета.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Студенты должны подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

При изучении дисциплины обучающимся целесообразно выполнять следующие рекомендации:

1. Изучение учебной дисциплины должно вестись систематически.
 2. После изучения какого-либо раздела по учебнику или конспектным материалам рекомендуется по памяти воспроизвести основные термины, определения, понятия раздела.
 3. Особое внимание следует уделить выполнению отчетов по практическим занятиям и индивидуальным комплексным заданиям на самостоятельную работу.
 4. Вся тематика вопросов, изучаемых самостоятельно, задается на лекциях преподавателем. Им же даются источники (в первую очередь вновь изданные в периодической научной литературе) для более детального понимания вопросов, озвученных на лекции.
- При самостоятельной проработке курса обучающиеся должны:
- просматривать основные определения и факты;
 - повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
 - изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и конспекты наиболее важных моментов;
 - самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
 - использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств.

1. Методические указания при работе над конспектом лекции

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, положительный опыт в ораторском искусстве. Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью выяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

2. Методические указания по самостоятельной работе над изучаемым материалом и при подготовке к практическим занятиям

Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, выяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы необходимо стремиться понять и запомнить основные положения рассматривае-

мого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

3. Методические указания по выполнению контрольной работы

Выполнение контрольной работы рекомендуется проводить, придерживаясь следующего порядка:

- 1) уяснить объем и последовательность излагаемых вопросов;
- 2) прочитать в рекомендуемой литературе весь относящийся к данной теме материал;
- 3) повторно прочитать учебную информацию по теме контрольной работы и составить краткий конспект раздела;
- 4) приступить к выполнению задания.

При возникновении трудностей при выполнении контрольной работы можно обратиться к преподавателю за письменной или устной консультацией.

Выполнять задания и отвечать на вопросы необходимо в той же последовательности, в которой они даны в заданиях.

Ответы на вопросы не должны быть односложными. Необходимо подтверждать свои выводы примерами.

10 Описание материально-технического обеспечения, необходимого для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Учебно-лабораторное оборудование

Таблица 6 – Перечень оборудования лаборатории

Аудитория	Наименование аудитории (лаборатории)	Используемое оборудование
Аудитория с выходом в Internet + локальное соединение	Учебная аудитория для занятий лекционного и семинарского типа (медиа)	компьютер; экран с проектором

Технические и электронные средства обучения

При проведении занятий используется аудитория, оборудованная проектором (стационарным или переносным) для отображения презентаций. Кроме того, при проведении лекций и практических занятий необходим компьютер с установленным на нем браузером и программным обеспечением для демонстрации презентаций.

Для реализации дисциплины подготовлены презентации по темам «Сущность, содержание, основные принципы современного медиаменеджмента.».

11 Иные сведения

Методические рекомендации по обучению лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

Освоение дисциплины обучающимися с ограниченными возможностями здоровья может быть организовано как совместно с другими обучающимися, так и в отдельных группах. Предполагаются специальные условия для получения образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, индивидуальными программами реабилитации инвалидов (при наличии). При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки РФ (утв. 8 апреля 2014 г. N АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹
по дисциплине
РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
«Медиаменеджмент»

Направление подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль) образовательной программы	Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии
Квалификация выпускника	Бакалавр
Год начала подготовки (по учебному плану)	2022
Форма обучения	Очная форма
Технология обучения	Традиционная

Курс	Семестр	Трудоемкость, з.е.
3	5	5

Вид промежуточной аттестации	Обеспечивающее подразделение
Зачет с оценкой	Кафедра «История и культурология»

¹ В данном приложении представлены типовые оценочные средства. Полный комплект оценочных средств, включающий все варианты заданий (тестов, контрольных работ и др.), предлагаемых обучающемуся, хранится на кафедре в бумажном и электронном виде.

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

Таблица 1 – Компетенции и планируемые результаты обучения по дисциплине

Код по ФГОС	Индикаторы достижения	Планируемые результаты обучения по дисциплине
Общепрофессиональные		
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 особенности регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития ОПК-5.2 Уметь использовать в профессиональной деятельности особенностей регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития ОПК-5.3 Владеет навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью с учетом особенностей регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития	- Знать особенности регионального медиакоммуникационного развития и использовать современные информационнокоммуникационные технологии, в том числе интернеттехнологии и специализированные программные продукты в сфере медиаменеджмента. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа в медиаменеджменте - Умеет использовать в деятельности медиаменеджмента особенности регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа в медиаменеджменте -Владеет навыками разработки продукта в области рекламы и связей с общественностью в сфере медименеджмента с учетом особенностей регионального, странового и международного медиакоммуникационного развития. Находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа в медиаменеджменте.
Профессиональные		

Таблица 2 – Паспорт фонда оценочных средств

[illegible]

			стиль изложения (использование профессиональных терминов, цитат, стилистическое построение фраз, и т.д.)
--	--	--	--

2 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, представлены в виде технологической карты дисциплины (таблица 3).

Таблица 3 – Технологическая карта

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 семестр <i>Промежуточная аттестация в форме зачета с оценкой</i>				
1	Тест	В течение семестра	максимально возможная сумма 15 баллов	1 балл за каждый правильный ответ
2	Собеседование (опрос)	В течение семестра	3-5 баллов за каждую тему максимально возможная сумма 40 баллов	5 баллов студент обстоятельно с достаточной полнотой излагает содержание соответствующего вопроса, речь правильна, понятна, может обосновать свой ответ, привести примеры, правильно отвечает на дополнительные вопросы 4 балла дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и оценке «5», но допускаются единичные недочеты, которые он исправляет после замечания преподавателя 3 балла ответы обрывистые, нечеткие, речь сумбурна, отсутствуют аргументы, обоснования, не верно отвечает на дополнительные вопросы
3.1	Контрольная работа Практическое задание	14-16 неделя семестра	максимально возможная сумма 15 баллов	15 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: глубокое и прочное усвоение программного материала, полные, последовательные, грамотные и логически излагаемые ответы при видоизменении задания, свободное владение материалом. 12 баллов выставляется студенту,

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
				если демонстрируются: знание программного материала, грамотное изложение, без существенных неточностей в ответе на вопрос, правильное применение теоретических знаний; владение необходимыми навыками при выполнении практических задач. 8 баллов выставляется студенту, если демонстрируются: усвоение основного материала, при ответе допускаются неточности, при ответе даются недостаточно правильные формулировки, нарушается последовательность в изложении программного материала, имеются затруднения в выполнении практических заданий. 2 балла выставляется студенту, если демонстрируются: незнание программного материала, при ответе возникают ошибки, затруднения при выполнении практического задания.
3.2	Контрольная работа Эссе	14-16 неделя семестра	максимально возможная сумма 15 баллов	15 баллов студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, работа характеризуется смысловой цельностью, точностью выражения мысли и последовательностью изложения, логические ошибки отсутствуют 10 баллов студент выразил своё мнение по сформулированной проблеме, но недостаточно аргументировал его, работа характеризуется смысловой цельностью, но можно отметить размытость выражения мысли и отсутствие последовательности изложения, логические ошибки отсутствуют 5 баллов студент недостаточно ясно выразил своё мнение по сформулированной им проблеме, не аргументировал его, работа характеризуется отсутствием смысловой цельности, точности выражения мысли и последовательности изложения
ИТОГО:		максимально возможная сумма 85 баллов	-	
Критерии оценки результатов обучения по дисциплине: 0 – 49 % от максимально возможной суммы баллов – «неудовлетворительно»				

	Наименование оценочного средства	Сроки выполнения	Шкала оценивания	Критерии оценивания
	(недостаточный уровень для промежуточной аттестации по дисциплине); 50 – 64 % от максимально возможной суммы баллов – «удовлетворительно» (пороговый (минимальный) уровень); 65 – 79 % от максимально возможной суммы баллов – «хорошо» (средний уровень); 80 – 100 % от максимально возможной суммы баллов – «отлично» (высокий (максимальный) уровень)			

3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие процесс формирования компетенций в ходе освоения образовательной программы

Задания для текущего контроля успеваемости

Типовое тестовое задание

- Рассмотрите фотографию. Выберите утверждение, с которым вы согласны
 - Это не в России снимали, точно.
 - Здорово было бы сделать проект «Две стороны одного города».
 - Нужно выровнять уровень горизонта.
- Лента фейсбука принесла материал о срочной замене водительских прав по всей территории страны.
Ваши действия
 - Проверю достоверность сайта, на который ссылаются в посте.
 - Позвоню своему источнику в ГИБДД.
 - Найду изображение водительского удостоверения нового образца
- Вы смотрите сериал «Служба новостей» (The Newsroom) и видите
 - Любопытный эпизод о редакционном планировании.
 - Джона Галлахера
 - Эскиз будущей истории.
 - Таймлайн.
- Какая тема из приведенных ниже должна стать главной новостью городского портала в Комсомольске-на-Амуре:
 - Мошенники собирают деньги на благотворительность в Московском метро.
 - Дольщики бывшей строительной компании вышли на несанкционированный митинг в Хабаровске.
 - Арест директора одного из рыбопромысловых хозяйств Комсомольского района
 - Выход в кубок региональных чемпионов футбольного клуба «Смена».
 - Пожар в Хакасии.
 - Сколько стоило проведение Нового года в Комсомольске-на-Амуре
- Гифки и эмодзи — это:
 - Новый язык, помогающий передавать эмоции
 - Пятно позора на человеческой коммуникации
- Определите, не считая буквы, в каком из предложений больше, чем 156 символов:

- 1) Вавилен Татарский родился задолго до этой исторической победы красного над красным. Поэтому он автоматически попал в поколение «П», хотя долгое время не имел об этом никакого понятия. Если бы в те далекие годы ему сказали, что он, когда вырастет, станет копирайтером, он бы, наверно, выронил от изумления бутылку «Пепси-колы» прямо на горячую гальку пионерского пляжа. В те далекие дни детям положено было стремиться к сияющему шлему пожарного или белому халату врача.
- 2) Этот мир был очень странным. Внешне он изменился мало – разве что на улицах стало больше нищих, а всё вокруг – дома, деревья, скамейки на улицах – вдруг как-то сразу постарело и опустилось. Сказать, что мир стал иным по своей сущности, тоже было нельзя, потому что никакой сущности у него теперь не было. Во всем царила страшноватая неопределенность.
- 3) Точные науки, основанные на подобной кодировке, позволяют добиваться интересных физических эффектов (взять хотя бы атомную бомбу), но нет ничего смешнее описывающейся на такой язык «философии». Конечно, кроме тех случаев, когда ее используют в качестве промысловой магии – тогда это в высшей степени респектабельное занятие наподобие охоты на пушного крокодила.

7. Какую из цитат материала «Правила жизни Шерон Стоун» от Esquire вы поместите в анонс для соцсетей?

- 1) В первой половине жизни твое лицо — это то, с чем ты родился. Во второй половине — то, чего ты заслуживаешь
- 2) Забавно, но я не понимала, что привлекательна, до тех пор пока не посмотрела «Основной инстинкт».
- 3) Я неустойчива. Мать говорит, что я могу продать лед эскимосу.
- 4) На земле никогда не будет полного мира и спокойствия. Но они могут существовать в твоей голове

8. Выберите соответствующую подпись к иллюстрации

(Фрагмент материала «Грязь большого города» <https://www.kommersant.ru/doc/3449313>)

- 1) Страна по уши в грязи.
- 2) Мусор большого города.
- 3) Куда уходит мусор.
- 4) Цена отходов.

9. Вас пригласили в тур на шоколадную фабрику. Попросят потом по итогам написать пост. Ваши действия:

- 1) Посоветуюсь с подписчиками своего аккаунта в социальной сети, будет ли им интересно.
- 2) Погуглю, с чего это начались промо туры.
- 3) Сделаю фоторепортаж с короткими комментариями.
- 4) Узнаю заплатят ли мне за рекламу.

10. Если смешать аудио, фото и интерактив, получится:

- 1) Аудиовизуал.
- 2) Аудиоканал.
- 3) Аудиослайдшоу
- 4) Аудиоподкаст

.

11. Что из перечисленного НЕЛЬЗЯ назвать лонгридом:

- 1) Проект первого канала «Всем миром. Год спустя»
- 2) Проект NYT
- 3) Проект Тайлера Дердена Разгром

- 4) Проект The Grauniad Firestorm
12. Сколько мультимедийных форматов в коллекции Силантьевой?:
- 1) 96 .
 - 2) 92.
 - 3) 78.
 - 4) 35
13. Трансляция бывает:
- 1) Текстовая
 - 2) В сториз
 - 3) Всё перечисленное
 - 4) Многокамерная
14. Укажите синоним к «диаграмма-торт».:
- 1) Диаграмма «Роза-нейтингейл»
 - 2) Диаграмма Гаусса
 - 3) Диаграмма Венна
 - 4) Круговая диаграмма
15. Формат «карточки» в нынешнем их мультимедийном виде «изобрели» в:
- 1) Библиотеке им.Ленина
 - 2) Британской библиотеке.
 - 3) Медузе.
 - 4) Vox.com
16. Выберите все подходящие варианты:
Мультимедийная редакция ещё может называться
- 1) Конвергентная
 - 2) Взаимозаменяемая
 - 3) Объединенная
 - 4) Интегрированная
17. Выберите все подходящие варианты:
Международный день мультимедиа отмечается
- 1) 14 июля
 - 2) 25 августа
 - 3) 14 июля
 - 4) 30 сентября
18. Тепловая карта кликов показывает
- 1) Количество кликов пользователей сайта
 - 2) Температуру в городе пользователя сайта
 - 3) Места скоплений пользовательских кликов на сайте
 - 4) Распределение кликов по Гаусу
19. Термин «Мультимедиа» появился?
- 1) Июль 2006
 - 2) Июль 1986
 - 3) Июль 1996
 - 4) Июль 1966
20. Логотип ЛЕДЕНЕЦ

- 1) Ведомости
- 2) Комсомольская правда
- 3) Комерсант
- 4) Газета .Ру

Вопросы для собеседования (опроса)

1. Сущность, содержание, основные принципы и функции менеджмента
2. Инфраструктура, социофакторы и этика менеджмента
3. Интеграционные процессы в менеджменте
4. Моделирование ситуаций и процесс принятия решений
5. Природа и состав функций менеджмента
6. Организационные отношения в системе менеджмента
7. Основные формы организации
8. Регулирование и контроль в системе управления
9. Образование и деятельность фирм
10. Процесс принятия управленческого решения.
11. Информационное обеспечение менеджмента.
12. Организация и социальная среда
13. Соотношение прагматических целей организации и проблем социума
14. Изучение общественного мнения социума как цель социального управления и средство гармонизации отношений
15. Связи с общественностью как способ гармонизации отношений орган
16. Престиж как элемент функционирования организации в обществе
17. Мероприятия для поддержания и корректировки престижа.
18. Организация как система и типы организационных структур
19. Организация как специфическая форма общения
20. Связи с общественностью как элемент самоорганизации системы
21. Разработка цели и стратегии управления
22. Роль общественного мнения в современном менеджменте
23. Связи с общественностью в государственных организациях, в промышленном и коммерческих секторах
24. Формы работы с политическими и общественными структурами
25. Корпоративная культура и имидж организации
26. Модели управления персоналом
27. Работа с персоналом в кризисных ситуациях
28. Разрешение конфликтов в рабочих коллективах
29. Модели участия работников в процессе оптимизации труда

Комплект заданий для контрольной работы

Вариант заданий выбирается по последней цифре зачетной книжки.
Если последняя цифра 0, то выбирается 10 вариант.

Задание 1. Выполните практическое задание:

Тема: Редакция СМИ как предприятие и специфический информационный товар. Аспекты и структура медиарынка.

Цель: рассмотреть аспекты и структура медиарынка

План:

1. Особенности медиарынка
2. Журналистская информация как товар

Вопросы и задания:

1. Используя пособие Кирилова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента, изучите содержание основных категорий медиаэкономики.

2. Подготовьте характеристику журналистской информации как товара, используя материал, представленный в учебном пособии Кирилова, Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента).
3. Подготовьте анализ структуры современного медиарынка России используя материал, рекомендуемых учебных пособий..
(реализуется в форме практической подготовки)

Задание 2. Выполните практическое задание:

2. Правовые экономические формы организации информационного бизнеса.

Цель задания: рассмотреть основные правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.

План:

1. Правовые предпосылки создания СМИ.
2. Экономические предпосылки основания медиабизнес

Вопросы и задания:

1. Используя материал учебных пособий «, подготовьте характеристику правовых предпосылок основания СМИ.
2. Используя материал учебных пособий подготовьте характеристику экономических предпосылок основания СМИ.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание 3. Выполните практическое задание:

- 3 Финансовый капитал на медиарынке России.

Цель задания: рассмотреть функционирование финансового капитала на медиарынке России

План:

1. Процесс концентрации средств массовой информации
2. Российский капитал на медиарынке
3. Иностранный капитал на медиарынке

Вопросы и задания:

1. Используя материал учебные пособия изучите особенности процесса концентрации СМИ в России.

2. К практическому занятию следует подготовить характеристику одного из концернов (холдингов, издательских домов) современной России по следующей схеме: организационная форма, владелец, управление (конкретные лица), структура (СМИ, входящие в состав), характеристика современного финансового положения (прибыльное, убыточное), характеристика контента ведущих СМИ объединения. Для представления результатов исследования готовится доклад. Доклад сдается в печатном виде. (Требования к оформлению: объем – 10-15 страниц одинарным интервалом. В тексте обязательно оформляются сноски на используемые источники.) На занятии студент, подготовивший доклад, выступает с устным сообщением. Для этого необходимо подготовить электронную презентацию, содержащую основные положения докладов. (Длительность выступления – 3-5 минут. Размер презентации – 5-10 слайдов)

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание 4. Выполните практическое задание:

4. Понятие медиамаркетинга.

Цель: рассмотреть основные понятия медиамаркетинга

Актуальность: необходимое условие существования любого СМИ – учет требований медиаэкономики.

План:

1. Направления медиамаркетинга
2. Изучение медиарынка
3. Исследование аудитории СМИ
4. Изучение конкурентных изданий

Вопросы и задания:

1. Используя материал учебного пособия, подготовьте характеристику направлений медиамаркетинга.
 2. Выявите основные формы исследования медиарынка, аудитории СМИ и конкурентных изданий, опираясь на пособие
 3. Опираясь на материал, представленный в пособиях, подготовьте характеристику интернет-СМИ, конкурирующих на региональном рынке с региональной вкладкой «Комсомольская правда» (<http://www.stav.kp.ru/>). Для представления результатов исследования готовится доклад. Доклад сдается в печатном виде. (Требования к оформлению: объем – 10-15 страниц одинарным интервалом. В тексте обязательно оформляются сноски на используемые источники.) На занятии студент, подготовивший доклад, выступает с устным сообщением. Для этого необходимо подготовить электронную презентацию, содержащую основные положения докладов. (Длительность выступления – 3-5 минут. Размер презентации – 5-10 слайдов).
- (реализуется в форме практической подготовки)

Задание 5. Выполните практическое задание:

5. Планирование и методы маркетинга.

Цель занятия: рассмотреть основные методы маркетинга

Актуальность: необходимое условие существования любого СМИ – учет требований медиаэкономики.

План:

1. Планирование маркетинга
2. Методы маркетинга

Вопросы и задания:

1. Используя учебное пособие, подготовьте ответы на вопросы практического занятия.
2. Используя ресурсы интернет, проиллюстрируйте применение методов маркетинга на практике.

(реализуется в форме практической подготовки)

Задание 6. Выполните практическое задание:

6. Финансовая база СМИ. Бизнес-план редакции.

Цель занятия: рассмотреть работу службы маркетинга.

Актуальность: необходимое условие существования любого СМИ – учет требований медиаэкономики.

План:

1. Финансовая база СМИ: общие вопросы.

2. Бизнес-план в системе редакционного планирования
3. Цели и виды бизнес-плана
4. Структура бизнес-плана.

Вопросы и задания:

1. Подготовьте общую характеристику финансовой базы СМИ
2. В соответствии с материалами, изучите структуру бизнес-плана редакции (реализуется в форме практической подготовки)

Задание 7. Выполните практическое задание

7. Бюджет редакции печатного СМИ.

Цель занятия: рассмотреть составляющие бюджета редакции печатного издания.

Актуальность: необходимое условие существования любого СМИ – учет требований медиаэкономики.

План:

1. Бюджет и баланс издания
2. Расходная часть бюджета

Вопросы и задания:

1. Для подготовки к занятию следует ознакомиться по самостоятельно найденным источникам со стоимостью рекламного времени в конкретных отечественных СМИ.

Задание 2. Напишите эссе на одну из тем:

1. Приоритеты в медиаменеджменте
2. Женский и мужской медиаменеджмент
3. Пять главных качеств медиаменеджера
4. Американский подход к управлению персоналом на примере компании
5. Об успешном управлении организацией
6. Теория организации в системе наук
7. Плюсы и минусы приглашенных PR-специалистов в отличие от собственного PR-подразделения в фирме
8. Асимметрия информации
9. Моя профессия – медиаменеджер
10. Сущность и характерные черты современного медиаменеджмента
11. Почему знания являются экономическим ресурсом в медиаменеджменте?
- 12 Стратегический медиаменеджмент
- 13 Концепции современного медиаменеджмента

(реализуется в форме практической подготовки)

Лист регистрации изменений к РПД

[illegible]

