

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»



УТВЕРЖДАЮ:

Первый проректор

/С.Н. Щербич/

«06» сентября 2019 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

Организация, управление редакцией и экономика СМИ

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

Направление 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль):

Журналистика

Формы обучения: очная, очно-заочная, заочная

Курган 2019

Рабочая программа учебной дисциплины «Организация, управление редакцией и экономика СМИ» составлена в соответствии с учебными планами по программе бакалавриата (Направленность (профиль): Журналистика), утвержденными:

- для очной формы обучения «29» августа 2019 года;
- для очно-заочной формы обучения «29» августа 2019 года;
- для заочной формы обучения «29» августа 2019 года.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры «Журналистика и массовые коммуникации» «5» сентября 2019 г., протокол № 1.

Рабочую программу составил:
Ст. преподаватель кафедры ЖиМК

Е.В. Катайцев

Согласовано:

Зав. кафедрой «Журналистика и
массовые коммуникации»,
к.п.н., доцент

Н.А. Катайцева

Специалист по учебно-
методической работе

И.В. Тарасова

Начальник управления
образовательной деятельности

С.Н. Сеницын

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 5 зачетных единиц трудоемкости (180 академических часов)

Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	64	64
в том числе:		
Лекции	32	32
Практические занятия	32	32
Самостоятельная работа, всего часов	116	116
в том числе:		
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы	89	89
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	180	180

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	64	64
в том числе:		
Лекции	32	32
Практические занятия	32	32
Самостоятельная работа, всего часов	116	116
в том числе:		
Подготовка к экзамену	27	27
Другие виды самостоятельной работы	89	89
Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	180	180

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	12	12
в том числе:		
Лекции	6	6
Практические занятия	6	6
Самостоятельная работа, всего часов	168	168
в том числе:		
Подготовка к экзамену	27	27
Подготовка контрольной работы	18	18
Другие виды самостоятельной работы	123	123

Вид промежуточной аттестации	экзамен	экзамен
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	180	180

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина « Организация, управление редакцией и экономика СМИ» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений блока Б1.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении следующих дисциплин: основы журналистской деятельности, персональный менеджмент, экономика, профессиональная этика журналиста, правовые основы профессиональной деятельности (журналистика, реклама, PR).

Требования к «входным» знаниям, умениям и компетенциям обучающегося, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

знать: основы творческой журналистской деятельности; систему факторов, определяющих задачи и содержание профессиональной деятельности журналиста (общественные потребности, интересы аудитории, функции СМИ); базовые характеристики журналистских произведений и способ их создания; объективные основы жанровой дифференциации журналистского творчества; основы экономики, персонального менеджмента, профессиональной этики и права;

уметь: уметь уверенно ориентироваться в информационной среде, оперативно находить необходимые источники информации, пользоваться знаниями в области экономики, этики, права в области СМИ.

владеть: навыками в области теории журналистики и средств массовой информации; базовыми навыками подготовки материалов, навыками использования экономических, этических и правовых основ знаний.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Целью данного курса является формирование у студентов - будущих журналистов - экономического мышления, необходимого для современного специалиста СМИ, а также изложение общих сведений о предмете экономики СМИ, формирование базисных знаний студентов факультета журналистики о ряде фундаментальных категорий в сфере хозяйствования современных средств массовой информации.

Исходя из цели можно вывести следующие **задачи курса:**

- 1) развитие экономического сознания и мышления будущих журналистов и менеджеров СМИ;
- 2) усвоение ими принципов формирования деловой политики средств массовой информации как субъектов информационного рынка;
- 3) овладение основами редакционного менеджмента;
- 4) выработка навыков самостоятельного анализа экономической ситуации на рынке СМИ;
- 5) определение способов повышения экономической эффективности.

В результате освоения дисциплины у студентов должна сформироваться следующая компетенция:

способен к организации и сопровождению проектов по продвижению продукции СМИ (ПК-6).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать

- основы менеджмента в СМИ;
- базовые принципы формирования организационной структуры современной редакции,
- основные функции сотрудников различного должностного статуса;
- способы организации и сопровождения проектов по продвижению продукции СМИ (ПК-6).

Уметь

- обеспечивать продвижение медиа продукта на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку; организовывать и сопровождать проекты по продвижению продукции СМИ (ПК-6).

Владеть

- способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами; навыками организации и сопровождения проектов по продвижению продукции СМИ (ПК-6).

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Очная, очно-заочная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	1	Организационные и правовые основы функционирования СМИ	4	4
	2	Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ	6	4
	3	Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	4	4
	4	Тенденции и практика развития рынка СМИ в России	4	4
	Рубежный контроль № 1			2
Рубеж 2	5	Бюджет редакции. Ценовая политика.	4	4
	6	Особенности редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом	4	4
	7	Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания	6	4
	Рубежный контроль № 2			2
Всего:			32	32

Заочная форма обучения

Номер раздела, темы	Наименование раздела, Темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		Лекции	Практические

			занятия
1	Организационные и правовые основы функционирования СМИ	1	1
2	Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ	1	1
3	Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	1	1
4	Тенденции и перспективы развития рынка СМИ в России	1	1
5	Бюджет редакции. Ценовая политика.	1	1
6	Особенности редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом.	1	1
7	Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания	-	-
Всего:		6	6

4.2. Содержание лекционных занятий

Тема 1. Организационные и правовые основы функционирования СМИ.

Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области средств массовой информации. Сущность и природа собственности в СМИ. Субъекты и объекты собственности. Виды и организационно-правовые формы собственности в области средств массовой информации. Смешанные формы собственности. Коллективная журналистская собственность. Государство, его властные структуры как владельцы и совладельцы СМИ. Тенденции и перспективы развития форм собственности в области СМИ.

Тема 2. Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ.

Бизнес-план как инструмент финансирования. Методика разработки бизнес-плана, его функции и структура. Язык бизнес-плана. Защита информации. Экспертиза бизнес-плана. Место бизнес-плана в системе редакционного планирования.

Тема 3. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ.

Редакционно-издательский маркетинг. Изучение рынка периодических изданий. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение возможностей продвижения издания на рынок. Изучение конкурентных изданий, их достоинств и недостатков.

Тема 4. Тенденции и перспективы развития рынка СМИ в России

Сферы предпринимательской активности в практике современных средств массовой информации. Стратегия диверсификации. Типологические нововведения. Проблемы коммерциализации СМИ. Социальная ответственность журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.

Тема 5. Бюджет редакции. Ценовая политика

Бюджет и баланс издания. Их структура. Расходная часть бюджета (общередакционная и издательская). Доходная часть бюджета, реализация тиража, выручка от реализации тиража. Структура тиража. Основные методы распространения печатных изданий. Рекламная политика редакции. Определение цены рекламы. Публикация частных объявлений. Издательская деятельность редакции. Два направления редакторской деятельности (газетное и книжное). Коммерческая деятельность редакции. Внутрередакционная и внередакционные коммерческие структуры. Методы оказания информационных услуг местному населению. Значение коммерческой деятельности редакции для развития газеты и других видов СМИ.

Основные направления ценовой политики редакции. Ценовая политика в процессе сбыта издания. Ценовая политика и тираж издания. Формирование цены номера. Ценовая политика и реклама. Наценка, виды наценок. Скидки, формы скидок. Выплата комиссионных как стимулирование деятельности частных лиц и организаций.

Ценовая политика в процессе производства издания. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.

Влияние ценовой политики на кадровую политику редакции. Определение уровня заработной платы работника, гонорарная политика редакции.

Тема 6. Особенности редакционного менеджмента.

Управление редакционным коллективом.

Определение редакционного менеджмента. Цели и задачи его: задача оптимизации размеров, состава и структуры коллектива редакции или компании, задача оптимизации управления коллективом и организация его работы, третья задача - оптимизация результатов этой работы -самого издания, его структуры, модели, системы коммуникаций и др. Служба редакционного менеджмента, ее специфика.

Величина и состав редакционного коллектива. Менеджмент и кадровая политика редакции.

Структура редакционного коллектива СМИ. Основные принципы редакционной деятельности: принцип разделения труда, принцип кооперирования труда и объединение его результатов.

Влияние типа СМИ на структуру редакционного коллектива. Основные виды структур редакции СМИ. Преобразование некоторых элементов структуры в самостоятельные организации.

Система методов управления редакцией. Организационные, психологические и экономические методы управления, их специфика. Менеджмент и организация работы редакции. Ритмичность деятельности редакции. Цикличность деятельности. Направления функционирования редакции Моделирование и планирование работы редакции. Использование в современной системе редакционного планирования оперативных планов: недельного и плана очередного номера.

Тема 7. Менеджмент и периодические издания. Распространение периодического издания.

Имидж периодического издания. Бренд, его составные. Значение фирменного знака для укрепления позиции издания или телепрограммы на рынке.

Периодическое издание и его аудитория. Формы массовой работы (круглые столы, встречи в редакции, конкурсы, организации выставок, работа с письмами в редакции и т.д.).

Дизайн периодического издания, его роль в конкурентоспособности организаций СМИ, Факторы, влияющие на дизайн издания Способы оформления первой страницы издания. Способы подачи новостийной информации. Роль полиграфической техники в укреплении конкурентоспособности издания. Техническая база периодического издания, её использование для совершенствования дизайна издания.

Стратегия распространения. Тактика распространения. Подписка как метод распространения периодической печати. Виды подписки. Льготная подписка, альтернативная подписка с подкреплением рассылка экземпляров издания из редакции и т.д. Подписная кампания, современные способы ее организации Розница как метод распространения издания. Оптовая продажа. Бесплатное распространение. Организация деятельности менеджера по распространению.

4.3. Практические занятия

Очная, очно-заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание занятия	Норматив времени, час.
----------------------	-----------------------------	---------------------------	-------------------------------

1	Организационные и правовые основы функционирования СМИ	Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области средств массовой информации.. Государство, его властные структуры как владельцы и совладельцы СМИ. Тенденции и перспективы развития форм собственности в области СМИ.	4
2	Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ	Бизнес-план как инструмент финансирования. Методика разработки бизнес-плана, его функции и структура. Язык бизнес-плана. Защита информации. Экспертиза бизнес-плана. Место бизнес-плана в системе редакционного планирования.	4
3	Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	Редакционно-издательский маркетинг. Изучение рынка периодических изданий. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение возможностей продвижения издания на рынок. Изучение конкурентных изданий, их достоинств и недостатков.	4
4	Тенденции и перспективы рынка СМИ в России	Сферы предпринимательской активности в практике современных средств массовой информации. Стратегия диверсификации. Типологические нововведения. Проблемы коммерциализации СМИ. Социальная ответственность журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.	4
	Рубежный контроль № 1		2
5	Бюджет редакции. Ценовая политика.	Финансовая политика редакции СМИ. Бюджет средства массовой информации. Тиражная политика редакции.	4
6	Особенности редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом.	Бизнес-план редакции, телекомпании и информационного агентства. Система методов управления редакцией. Моделирование и планирование работы редакции.	4
7	Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания	Экономические основы труда журналиста, менеджмент и организация редакционной деятельности Распространение периодического издания. Стратегия и тактика дистрибуции	4
	Рубежный контроль № 2		2
Всего:			32

Заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела	Содержание занятия	Норматив времени, час.
1	Организационные и правовые основы функционирования СМИ	Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области средств массовой информации.. Государство, его властные структуры как владельцы и совладельцы СМИ. Тенденции и перспективы развития форм собственности в области СМИ.	1
2	Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ	Бизнес-план как инструмент финансирования. Методика разработки бизнес-плана, его функции и структура. Язык бизнес-плана. Защита информации. Экспертиза бизнес-плана. Место бизнес-плана в системе редакционного планирования.	1
3	Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	Редакционно-издательский маркетинг. Изучение рынка периодических изданий. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение возможностей продвижения издания на рынок. Изучение конкурентных изданий, их достоинств и недостатков.	1
4	Тенденции и перспективы рынка СМИ в России	Сферы предпринимательской активности в практике современных средств массовой информации. Стратегия диверсификации. Типологические нововведения. Проблемы коммерциализации СМИ. Социальная ответственность журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.	1
5	Бюджет редакции. Ценовая политика.	Финансовая политика редакции СМИ. Бюджет средства массовой информации. Тиражная политика редакции.	1
6	Особенности редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом.	Бизнес-план редакции, телекомпании и информационного агентства. Система методов управления редакцией. Моделирование и планирование работы редакции.	1
7	Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания	Экономические основы труда журналиста, менеджмент и организация редакционной деятельности Распространение периодического издания. Стратегия и тактика дистрибуции	-

4.4. Контрольная работа (заочная форма обучения)

Контрольная работа выполняется студентами заочной формы обучения. Проводится с целью углубления и закрепления теоретических знаний и практических навыков по изученному материалу. Выполненная контрольная работа является допуском к зачету по дисциплине.

Задание 1. Выполнить тесты:

1. Экономика СМИ — это:

- a) наука о выпуске печатных СМИ;
- b) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
- c) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакции СМИ.

2. По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИ бывают:

- a) хозрасчётно-бюджетные;
- b) специализированные;
- c) общественно-политические;
- d) региональные.

3. Учредитель СМИ — это:

- a) физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
- b) учреждение, спонсирующее СМИ;
- c) управляющий в редакции СМИ.

4. Редакция печатного СМИ как юридическое лицо обязана:

- a) иметь свидетельство о регистрации;
- b) иметь тираж свыше 1000 экземпляров;
- c) иметь в составе соучредителей только юридических, а не физических лиц.

5. Редакция СМИ:

- a) обязательно входит в состав соучредителей СМИ;
- b) не входит в состав соучредителей СМИ;
- c) может входить, а может не входить в состав соучредителей СМИ.

6. Менеджер в редакции СМИ:

- a) осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
- b) занимается реализацией продукции СМИ;
- c) занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.

7. Принцип маркетинга:

- a) сегментация;
- b) реализация;
- c) актуальность;
- d) редактирование;
- e) доступность;
- f) модернизация;
- g) монополизация.

8. Один из эффективных способов выживания СМИ в современных условиях:

- a) создание концернов и синдикатов;
- b) переход на самоокупаемость;
- c) сокращение штата сотрудников.

9. Учредитель:

- a) имеет право уволить сотрудника редакции СМИ;
- b) не имеет права уволить сотрудника редакции СМИ.

10. Соучредитель:

- a) имеет право закрыть СМИ;
- b) не имеет права закрыть СМИ.

11. Учредителем газеты «Новый мир» является:

- a) читатели газеты;
- b) Центральное региональное управление по защите свободы печати и СМИ
- c) коллектив редакции;
- d) Правительство Курганской области;
- e) Курганская областная Дума

12. ТК «Регион-45» является:

- a) государственной компанией;
- b) частной компанией.

Задание 2.

Задание:

Составить бизнес-план редакции любого на выбор СМИ. Подготовить презентацию по представлению бизнес-плана, доказать его эффективность.

**5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ
ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

При прослушивании лекций рекомендуется в конспекте отмечать все важные моменты, на которых заостряет внимание преподаватель, в частности те, которые направлены на качественное выполнение соответствующего практического занятия.

Преподавателем запланировано использование при чтении лекций технологии учебной дискуссии. Поэтому рекомендуется фиксировать для себя интересные моменты с целью их активного обсуждения на дискуссии в конце лекции.

Залогом качественной работы на практических занятиях является самостоятельная подготовка к ним накануне путем повторения материалов лекций. Рекомендуется подготовить вопросы по неясным моментам и обсудить их с преподавателем в начале занятия.

Преподавателем запланировано применение на практических занятиях технологий развивающейся кооперации, коллективного взаимодействия, разбора конкретных ситуаций. Поэтому приветствуется групповой метод выполнения практических заданий и защиты отчетов, а также самооценка и обсуждение результатов их выполнения.

Для текущего контроля успеваемости по очной форме обучения преподавателем используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, как на лекциях, так и на практических занятиях в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

Выполнение самостоятельной работы подразумевает самостоятельное изучение разделов дисциплины, подготовку к практическим занятиям, к рубежным контролям, подготовку контрольной работы (заочная форма), подготовку к экзамену.

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы

Самостоятельное изучение тем (разделов) дисциплины	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
	Очная форма обучения	Очно-заочная форма обучения	Заочная форма обучения
Самостоятельное изучение тем дисциплины не вошедших в лекционный курс:	57	57	119
1. Организационные и правовые основы функционирования СМИ	8	8	17
2. Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ	8	8	17
3. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ	8	8	17
4. Тенденции и перспективы развития рынка СМИ в России	8	8	17
5. Бюджет редакции. Ценовая политика.	8	8	17
6. Особенности редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом.	8	8	17
7. Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания	9	9	17
Подготовка к практическим занятиям: (по 2 ч. на одно ПЗ)	28	28	4
Подготовка к рубежным контролям (по 2 ч. на один РК)	4	4	-
Контрольная работа			18
Подготовка к экзамену	27	27	27
Всего:	116	116	168

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ (для очной и очно-заочной формы обучения).
2. Банк заданий к рубежным контролям № 1, № 2.
3. Банк заданий к контрольной работе.
4. Банк вопросов к экзамену.

6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы студентов по дисциплине

Очная, очно-заочная форма обучения

№	Наименование	Содержание					
Очная, очно-заочная форма обучения							
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов					
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение заданий на практических занятиях	Рубежный контроль №1	Рубежный контроль №2	Экзамен
		Бальная оценка:	До 16	До 28	До 13	До 13	До 30
Примечания:	16 лекций по 1 баллу	до 2-х б. за 2-х часовое занятие (2 б. x 14б = 28 б.)	На 9-ем занятии	На 16-ом занятии			
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	<p>60 и менее баллов – неудовлетворительно; 61... 73 – удовлетворительно; 74... 90 – хорошо; 91... 100 – отлично</p>					
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	<p>Для допуска к промежуточной аттестации (экзамену) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить все практические работы.</p> <p>Для получения экзаменационной оценки «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов: 68 для получения «автоматически» оценки удовлетворительно».</p> <p>По согласованию с преподавателем студенту, набравшему минимум 68 баллов, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за активность на консультациях, активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических и лабораторных работ, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры и выставлена за экзамен «автоматически» оценка «хорошо» или «отлично».</p>					
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра	<p>В случае если к промежуточной аттестации (экзамену) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. При этом необходимо проработать материал всех пропущенных практических занятий и выполнить контрольную работу (заочная форма обучения).</p> <p>Формы дополнительных заданий (назначаются преподавателем):</p> <ul style="list-style-type: none"> - выполнение и защита пропущенного практического занятия (при невозможности дополнительного проведения практического занятия, преподаватель устанавливает форму дополнительного задания по тематике пропущенного практического занятия самостоятельно) – до 4 баллов. - прохождение рубежного контроля (до 13 баллов за рубеж) <p>Ликвидация академических задолженностей, возникших из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.</p>					

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Оценка успеваемости студентов в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего, рубежного и промежуточного контроля.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебных занятий. Оценивается посещаемость лекций, подготовка и активность студентов на практических занятиях.

Рубежный контроль № 1 проходит в форме выполнения тестовых заданий, РК № 2 – в форме презентации бизнес-плана редакции СМИ (любой на выбор студента), разработанным самостоятельно или в небольшой группе. Рубежные контроли проводятся с целью проверки усвоения материала студентами по изученным разделам дисциплины.

На выполнение тестов при рубежном контроле № 1 студенту отводится время не менее 20 минут (0,5 акад. часа). При проведении РК №2 каждому студенту (или группе) предоставляется 10-15 мин.

Преподаватель оценивает в баллах результаты работы каждого студента по степени полноты и правильности выполнения заданий и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

Промежуточная аттестация (экзамен) проходит в форме устного опроса на вопросы с предварительной подготовкой. Время, отводимое студенту на подготовку к ответу, составляет не менее 30 мин. При выставлении оценки преподаватель учитывает:

- знание фактического материала по дисциплине;
- логику, структуру, стиль ответа; аргументированность ответа; уровень самостоятельного мышления; умение приложить теорию к практике;

Результаты текущего контроля успеваемости и экзамена заносятся преподавателем в экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день экзамена, а также выставляются в зачетную книжку студента.

6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и экзамена

6.4.1 ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ К РУБЕЖНЫМ КОНТРОЛЯМ

Рубежный контроль 1.

Выполнить тесты:

1. Экономика СМИ — это:
 - a) наука о выпуске печатных СМИ;
 - b) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
 - c) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакцииСМИ.
2. По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИбывают:
 - a) хозрасчётно-бюджетные;
 - b) специализированные;
 - c) общественно-политические;
 - d) региональные.
3. Учредитель СМИ — это:

- a) физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ;
 - b) учреждение, спонсирующее СМИ;
 - c) управляющий в редакции СМИ.
4. Редакция печатного СМИ как юридическое лицо обязана:
- a) иметь свидетельство о регистрации;
 - b) иметь тираж свыше 1000 экземпляров;
 - c) иметь в составе соучредителей только юридических, а не физических лиц.
5. Редакция СМИ:
- a) обязательно входит в состав соучредителей СМИ;
 - b) не входит в состав соучредителей СМИ;
 - c) может входить, а может не входить в состав соучредителей СМИ.
6. Менеджер в редакции СМИ:
- a) осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
 - b) занимается реализацией продукции СМИ;
 - c) занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.
7. Принцип маркетинга:
- a) сегментация;
 - b) реализация;
 - c) актуальность;
 - d) редактирование;
 - e) доступность;
 - f) модернизация;
 - g) монополизация.
8. Один из эффективных способов выживания СМИ в современных условиях:
- a) создание концернов и синдикатов;
 - b) переход на самокупаемость;
 - c) сокращение штата сотрудников.
9. Учредитель:
- a) имеет право уволить сотрудника редакции СМИ;
 - b) не имеет права уволить сотрудника редакции СМИ.
10. Соучредитель:
- a) имеет право закрыть СМИ;
 - b) не имеет права закрыть СМИ.
11. Учредителем газеты «Новый мир» является:
- a) читатели газеты;
 - b) Центральное региональное управление по защите свободы печати и СМИ
 - c) коллектив редакции;
 - d) Правительство Курганской области;
 - e) Курганская областная Дума
12. ТК «Регион-45» является:

- a) государственной компанией;
- b) частной компанией.

Рубежный контроль 2.

Задание:

Составить бизнес-план редакции любого на выбор СМИ. Подготовить презентацию по представлению бизнес-плана, доказать его эффективность.

6.4.2. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЭКЗАМЕНУ

1. СМИ как субъект и объект рыночной экономики.
2. Проблемы акционирования средств массовой информации.
3. Особенности хозяйственной деятельности СМИ в период экономического кризиса. Концентрация и монополизация рынка СМИ.
4. Законодательное регулирование хозяйственной деятельности в области СМИ.
5. Финансово-кредитная политика поддержки предпринимательства в области СМИ.
6. Сущность и природа собственности в СМИ. Субъекты и объекты собственности.
7. Виды и организационно-правовые формы собственности в СМИ.
8. Методика разработки бизнес-плана, его функции и структура.
9. Функции менеджмента в деятельности СМИ.
10. Системы оплаты труда и стимулирования трудовой активности в практике российских СМИ.
11. Производительность труда в СМИ: ее измерение, исчисление, показатели.
12. Сферы предпринимательской активности в практике российских СМИ.
13. Проблемы коммерциализации средств массовой информации.
14. Социальная ответственность российской журналистики в контексте прибыли и экономической эффективности.
15. Доходная часть редакции, ее составные.
16. Расходная часть редакции, ее характеристики.
17. Направления ценовой политики редакции.
18. Прибыль редакции, возможности использования прибыли.
19. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.
20. Цели и задачи редакционного менеджмента.
21. Система методов управления редакционным коллективом.
22. Характеристика структуры телерадиокомпании и информационного агентства.
23. Менеджмент и организация работы редакции.
24. Планирование работы редакции.
25. Рынок и свобода журналистской деятельности.
26. Характеристика требований к журналисту.
27. Имидж периодического издания.
28. Роль менеджмента в организации массовой работы.
29. Роль менеджмента в организации стратегии распространения издания.
30. Менеджмент СМИ и этика.

6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

1. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. (Серия "Учебник нового поколения".) - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html>
2. Гуревич, С. М. Экономика отечественных СМИ : учебное пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0545-4. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705454.html>
3. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для студентов вузов / В. Л. Иваницкий. - Москва : Аспект Пресс, 2010. - 254 с. - ISBN 978-5-7567-0576-8. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705768.html>

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Гуревич, С. М. Газета : Вчера, сегодня, завтра : учебное пособие для вузов / С. М. Гуревич. - Москва : Аспект Пресс, 2004. - 288 с. - ISBN 5-7567-0303-9. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN5756703039.html>
2. Евстафьев, В. А. Организация и практика работы рекламного агентства : учебник для бакалавров / В. А. Евстафьев, А. В. Молин - Москва : Дашков и К, 2016. - 512 с. - ISBN 978-5-394-02549-5. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394025495.html>
3. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации : Массовые коммуникации и медиапланирование / Шарков Ф. И. - Москва : Дашков и К, 2012. - 488 с. - ISBN 978-5-394-01185-6. - Текст : электронный // ЭБС "Консультант студента" : [сайт]. - URL : <https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785394011856.html>

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Катайцев Е.В. Методические рекомендации по изучению курса для студентов направления 42.03.02 Журналистика. 2019 г. (на правах рукописи).

9. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Библиотека Центра экстремальной журналистики (<http://www.library.cjes.ru>)
2. Портал для журналистов «Живое слово» (<http://zhivoeslovo.ru>)

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (вс. – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет (во время самостоятельной подготовки и на практических занятиях)

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Организация, управление редакцией и экономика СМИ

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.02 – Журналистика

Направленность (профиль):
Журналистика

Трудоемкость дисциплины: 5 ЗЕ (180 академических часов)

Семестр: 8 (очная форма обучения), 9 (очно-заочная, заочная форма)

Форма промежуточной аттестации: экзамен

Содержание дисциплины:

Организационные и правовые основы функционирования СМИ. Основы бизнес-планирования в деятельности СМИ. Маркетинг как инструмент в рыночном поведении СМИ. Бюджет редакции. Ценовая политика. Тенденции и перспективы развития рынка СМИ в России. Особенности редакционного менеджмента. Управление редакционным коллективом. Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания.