Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 16.03.2023 16:06:51
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ
_____Н.Н. Кислова

МОДУЛЬ "ОБЩЕПРОФЕССИОНАЛЬНАЯ ПОДГОТОВКА"

Экономика и менеджмент средств массовой информации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	**Литературы, журналистики и методики обучения**
Учебный план	ФФ-б22Жо(4г) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»
Квалификация	**бакалавр**
Форма обучения	**очная**
Общая трудоемкость	**3 ЗЕТ**

Часов по учебному плану	108	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 7
аудиторные занятия	46	
самостоятельная работа	62	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**7(4.1)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	20	20	20	20
Лабораторные	10	10	10	10
В том числе инт.	10	10	10	10
Итого ауд.	46	46	46	46
Контактная работа	46	46	46	46
Сам. работа	62	62	62	62
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Экономика и менеджмент средств массовой информации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 24.09.2021 протокол № 2

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 30.08.2021 г. №1
Переутверждена на основании решения Ученого совета СГСПУ
Протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022г. №1.

Начальник УОП

_____ Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: сформировать представления об особенностях деятельности СМИ как предприятия.
Задачи изучения дисциплины: развить навыки подготовки текстовых материалов, отражающих состояние СМИ, в рамках традиционных и современных PR-средств и рекламы; сформировать представления об организации и управлении процессами производства и распространения массового информационного продукта с учетом редакторской политики издания; развить навыки анализа рынка медиа с целью выявления рисков для собственного СМИ.
Область профессиональной деятельности: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии, 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП:	Б1.О.05
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Содержание дисциплины базируется на материале:

Основы правовых норм и экономических отношений;

2.2	**Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**

Основы журналистской деятельности

Правовые и этические основы деятельности средств массовой информации

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях

Знает специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия; специфику журналистской информации как информационного продукта

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

Умеет ориентироваться в системе редакционного менеджмента; определять специфику редакционного менеджмента
Владеет навыками в области менеджмента СМИ современной России; приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса			
1.1.	Редакция СМИ как юридическое лицо /Лек/	7	2	0
1.2	Редакция СМИ как юридическое лицо /Лаб/	7	2	2
1.3	Редакция СМИ как юридическое лицо /Пр/	7	4	0
1.4	Редакция СМИ как юридическое лицо /Ср/	7	10	0
1.5	Учредители СМИ: их права и обязанности /Лек/	7	2	0
1.6	Учредители СМИ: их права и обязанности /Лаб/	7	2	2
1.7	Учредители СМИ: их права и обязанности /Пр/	7	4	0
1.8	Учредители СМИ: их права и обязанности /Ср/	7	10	0
1.9	Информационный рынок /Лек/	7	2	0
1.10	Информационный рынок /Лаб/	7	2	0
1.11	Информационный рынок /Пр/	7	4	2
1.12	Информационный рынок /Ср/	7	10	0
	Раздел 2. Экономические основы труда журналиста и менеджмент			
2.1	Редакционно-издательский маркетинг /Лек/	7	2	0
2.2	Редакционно-издательский маркетинг. Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов /Лаб/	7	1	0
2.3	Редакционно-издательский маркетинг /Пр/	7	4	2
2.4	Редакционно-издательский маркетинг /Ср/	7	10	0
2.5	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов /Лек/	7	4	0

2.6	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов /Лаб/	7	1	0
2.7	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов /Пр/	7	2	2
2.8	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов /Ср/	7	10	0
2.9	Основы редакционного менеджмента /Лек/	7	4	0
2.10	Основы редакционного менеджмента /Лаб/	7	2	0
2.11	Основы редакционного менеджмента /Пр/	7	2	0
2.12	Основы редакционного менеджмента /Ср/	7	12	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

7 семестр, 9 лекций, 5 лабораторных занятий, 10 практических занятий

Раздел 1. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса

Лекция №1 (2 часа)

Редакция СМИ как юридическое лицо

Вопросы и задания

1. Понятие «Юридическое лицо».
2. Порядок регистрации СМИ как юридического лица.
3. Учредитель, соучредители СМИ, их права и обязанности.

Лабораторное занятие №1 (2 часа)

Редакция СМИ как юридическое лицо

Вопросы и задания

Создание и регистрация нового СМИ как предприятия (учреждения) в той или иной форме.

Разработка концепции бизнес-плана вновь создаваемого СМИ, построение организационной структуры редакции, поиск источников финансирования.

Практическое занятия №1-2 (4 часа)

Редакция СМИ как юридическое лицо

Вопросы и задания

1. Учредитель —физическое лицо.
2. Учредитель —юридическое лицо.
3. Свидетельство о регистрации СМИ.
4. Спонсор СМИ, отличие спонсора от учредителя.

Лекция №2 (2 часа)

Учредители СМИ: их права и обязанности

Вопросы и задания

1. Учредительный договор как документ, закрепляющий отношения между соучредителями.
2. Устав редакции СМИ; его основные положения. Права и обязанности соучредителей.

Лабораторное занятие №2 (2 часа)

Учредители СМИ: их права и обязанности

Вопросы и задания

Чтение баланса и иной отчетности предприятия, анализ основных показателей хозяйственной деятельности; расчет вариантов безубыточной работы СМИ, определение критического объема производства и точки безубыточности

Практическое занятие №3-4 (4 часа)

Учредители СМИ: их права и обязанности

Вопросы и задания

1. Положения Устава редакции СМИ о финансово-хозяйственной деятельности редакции, о правах и обязанностях соучредителей, о распределении прибыли (условной или реальной).
2. О порядке выхода из состава соучредителей, о закрытии СМИ и др.

Лекция №3 (2 часа)

Информационный рынок

Вопросы и задания

1. Закономерности формирования информационного рынка.
2. Факторы, влияющие на развитие информационного рынка: закон соответствия спроса и предложения; процесс воспроизводительного потребления и др.
3. Структура информационного рынка. Две составляющих информационного рынка: ресурсный рынок и собственно информационный рынок.

Лабораторное занятие №3 (2 часа)

Информационный рынок

Вопросы и задания

Разработать кодекс прав и обязанностей учредителей СМИ.

Практическое занятие №5-6 (4 часа)

Информационный рынок

Вопросы и задания

1. Структура ресурсного рынка: финансовый рынок, рынок рабочей силы, технический рынок, рынок материалов и др.
2. Структура собственно информационного рынка: рынок информации и идей, периодических изданий, распространителей, покупателей информации и др.

Раздел 2. Экономические основы труда журналиста и менеджмент

Лекция №4 (2 часа)

Редакционно-издательский маркетинг

Вопросы и задания

1. Маркетинг как изучение рынка для продвижения товаров и услуг к их потребителю.
2. Редакционно-издательский маркетинг как особый вид издательской деятельности.
3. Цели редакционно-издательского маркетинга.

Лабораторное занятие №4 (2 часа)

Редакционно-издательский маркетинг. Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов

Вопросы и задания

Разработать план маркетинговых коммуникаций для продвижения СМИ.

1. Распределите рекламные полосы в соответствующем процентном соотношении по субъектам рекламного рынка (агентства и собственная коммерческая служба), исходя из плановых показателей привлечения рекламы агентствами в объеме 20-25% в каждом номере. Распределите «неденежные» рекламные полосы («Бартер», «Информационный бартер», «Самореклама», «Бесплатное размещение») в соответствии с плановыми показателями для них в пределах 1-4 полосы в каждом номере.
2. Рассчитайте доходы от привлечения рекламы по группам «Денежные доходы», «Бартер» и «Информационный бартер» исходя из постоянной стоимости 1 полосы в 63 000 рублей.
3. Рассчитайте доходы от рекламы, привлеченные агентствами и собственной коммерческой службой по каждому номеру и году в целом.

Практическое занятие №7-8 (4 часа)

Редакционно-издательский маркетинг

Вопросы и задания

1. Сегментация как основа изучения информационного рынка.
2. Позиционирование как определение места СМИ в избранном рыночном сегменте.
3. Исследование рынка покупателей информации как направление редакционно-издательского маркетинга.
4.Изучение конкурентных СМИ, определение конкурентоспособности как одна из задач редакционно-издательского маркетинга.

Лекция №5-6 (4 часа)

Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов

Вопросы и задания

1. Газетное и книжное направление издательской деятельности редакции.
2. Выпуск приложений, типологические особенности приложений. Приложения как самостоятельные издания, приложения-вкладки. Книжное направление издательской деятельности: опыт журнала «Огонёк», издательств газет «Известия», «Правда» и др.
3. Коммерческая деятельность редакции.

Практическое занятие №9 (2 часа)

Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов

Вопросы и задания

1. Внутри-редакционные коммерческие структуры: отдел рекламы, приложений, издательский отдел и др.
2. Редакционное информагенство. Коммерческие структуры вне редакции: малые предприятия, биржи по оказанию информационных услуг и др.
3. Продажа и аренда полос номера как форма коммерческой деятельности редакции.

Лекция №7-8 (4 часа)

Основы редакционного менеджмента

Вопросы и задания

1. Цели редакционного менеджмента: обеспечение существования СМИ путём укрепления его финансовой базы; воспитание экономического мышления у сотрудников.
2. Задачи менеджмента: оптимизация размеров, состава, структуры коллектива редакции; оптимизация управления коллективом редакции, оптимизация результатов работы всей редакции и т.д.

Лабораторное занятие №5 (2 часа)

Основы редакционного менеджмента

Создайте план формирования команды и построение эффективного управления в организации.

Практическое занятие №10 (2 часа)

Основы редакционного менеджмента

Вопросы и задания

1. Финансовый менеджмент как вид управленческой деятельности редакции.
2. Служба редакционного менеджмента. Требования к менеджеру.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Редакция СМИ как юридическое лицо	Изучить литературу по соответствующим темам.	Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
2	Учредители СМИ: их права и обязанности	Изучить литературу по соответствующим темам.	Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
3	Информационный рынок	Изучить литературу по соответствующим темам.	Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
4	Редакционно-издательский маркетинг	Изучить литературу по соответствующим темам.	Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий

5	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов	Изучить литературу по соответствующим темам.	Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
6	Основы редакционного менеджмента	Изучить литературу по соответствующим темам.	Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Редакция СМИ как юридическое лицо	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Учредители СМИ: их права и обязанности	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Информационный рынок	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
4	Редакционно-издательский маркетинг	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
5	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
6	Основы редакционного менеджмента	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины.
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Алексеева И. В. , Богатая И. Н. , Кизилов А. Н.	Аудит бизнеса : учебное пособие : [16+] / И. В. Алексеева, И. Н. Богатая, А. Н. Кизилов ; Ростовский государственный экономический университет (РИНХ). – Ростов-на-Дону : Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 294 с. : табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=567397 – Библиогр.: с. 195-203. – ISBN 978-5-7972-2602-4. – Текст : электронный.	Ростов-на-Дону: Издательско-полиграфический комплекс РГЭУ (РИНХ), 2019. – 294 с.
Л1.2	Романов А.А., Каптюхин Р.В.	Управление рекламными кампаниями в СМИ: учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 328 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90774 – ISBN 978-5-374-00396-3. – Текст : электронный.	Евразийский открытый институт, 2010. – 328 с.
Л1.3	Эриашвили Н. Д.	Книгоиздание: менеджмент. Маркетинг : учебное пособие / Н. Д. Эриашвили. – 5-е изд., перераб. и доп. – 349 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=691481. – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-238-01619-1. – Текст : электронный.	Москва : Юнити-Дана, 2017.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год

Л2.1	Романов А.А.	Рекламный менеджмент: учебно-практическое пособие / А. А. Романов, Р. В. Каптюхин. – Москва : Евразийский открытый институт, 2010. – 431 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770 – ISBN 978-5-374-00393-2. – Текст : электронный.	Евразийский открытый институт, 2010. – 431 с.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat Reader DC
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Teams, OneDrive, Yammer, Stream, SharePoint Online).
- Microsoft Windows 10 Education
- XnView
- Архиватор 7-Zip

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, лабораторных занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, Медиалаборатория. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удается разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю.

Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах.

Также в процессе изучения дисциплины методические рекомендации могут быть изданы отдельным документом.

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Экономика и менеджмент средств массовой информации»

Курс 4 Семестр 7

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Экономические основы труда журналиста и менеджмент			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
	Итого:	**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 4 балла за полный комплект лекций по темам 1.1-3.4. Решение кейсов: Поэтапно разберите создание печатного СМИ – 1 балл Выполните аудит СМИ – 1 балл.	Образовательные результаты: Знает: специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия; специфику журналистской информации как информационного продукта. Умеет ориентироваться в системе редакционного менеджмента; определять специфику редакционного менеджмента Владеет навыками в области менеджмента СМИ современной России; приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 1.1-3.4 5 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: СМИ Средства массовой информации Аккредитация Бесплатные издания	Образовательные результаты: Знает: специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия; специфику журналистской информации как информационного продукта. Умеет ориентироваться в системе редакционного менеджмента; определять специфику редакционного менеджмента

		Веб-сайт Базисный субъект PR-коммуникации Медиасистема Event Печатные СМИ Информационные агентства Рекламный рынок Решение кейсов: Сделать примерную разбивку бюджета для проведения рекламной кампании (формат «Excel») (2 балла) Определите бизнес-модели 5 СМИ (2 балла) Подготовить эссе на тему «Значение бюджета в сфере журналистики» – 2 балла Создайте презентацию «Менеджер – как звено управления» – 5 баллов. Разработайте бизнес-план– 4 балла	Владеет навыками в области менеджмента СМИ современной России; приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 1.1. – 6 баллов, 1.2. – 6 баллов.	
Контрольное мероприятие по разделу		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточный контроль (количество баллов)			
Экономические основы труда журналиста и менеджмент			
1	Аудиторная работа	Конспект лекций - 4 балла за полный комплект лекций по темам 2.1.- 2.4. Решение кейсов: Составьте список основных медиаменеджеров России– 1 балл Дайте характеристику бизнес-модели самарского СМИ – 1 балл.	Образовательные результаты: Знает: специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия; специфику журналистской информации как информационного продукта. Умеет ориентироваться в системе редакционного менеджмента; определять специфику редакционного менеджмента Владеет навыками в области менеджмента СМИ современной России; приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 2.1. – 2.4. 5 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Структура Издатель Аудитория Информационный шум Инфотеймент Корпоративная пресса Медиахолдинг Формы воздействия	Образовательные результаты: Знает: специфику журналистской деятельности в условиях рынка и отдельного СМИ как предприятия; специфику журналистской информации как информационного продукта. Умеет ориентироваться в системе редакционного менеджмента; определять специфику редакционного менеджмента Владеет навыками в области менеджмента СМИ современной России; приемами и методиками продвижения медиапродукта на рынок

		Решение кейсов: Подготовьте таблицу основных бюджетных показателей – 2 балла Проведите анализ основных параметров рекламного бюджета самарского СМИ – 3 балла Составьте бизнес-план PR-мероприятия– 5 баллов Создайте схему взаимодействия менеджера и журналиста – 5 баллов	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2.1. – 3 балла 2.2. – 3 балла 2.3.. – 3 балла 2.4.. – 3 балла	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	