

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)**

**Историко-филологический факультет
Кафедра журналистики и связей с общественностью**

УЧЕБНЫЕ МАТЕРИАЛЫ

**для студентов заочной формы обучения
(с полным сроком обучения)**

по дисциплине «Медиаэкономика»

для направления подготовки 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

**Магистерская программа «Коммуникативные технологии в
связях с общественностью и рекламе»**

**Общая трудоемкость дисциплины (модуля) – 180 часов, 5 зачетных
единиц (4 семестр)**

Форма текущего контроля в семестре – контрольная работа

Форма промежуточного контроля в семестре – зачет

Краткое содержание курса

Перечень изучаемых разделов, тем дисциплины (модуля).

Раздел 1. Экономическая история мировых СМИ.

СМИ как отрасль современной экономики.

Раздел 2. Движущие силы развития медиабизнеса.

Концентрация в индустрии СМИ.

Раздел 3. Финансовое управление на медиапредприятиях.

Медиапланирование.

Раздел 4. Маркетинг СМИ.

Особенности функционирования медиарынка в современных российских условиях.

Семестр 4

Форма текущего контроля

Контрольная работа

Контрольная работы выполняется в виде расчетно-графического задания

При выполнении контрольной работы рекомендуется сделать расчёт медиапланирования в области рекламы на примере одного из СМИ региона (по выбору), привести наиболее эффективные варианты, дать общее направление в рекламной деятельности.

Форма промежуточного контроля

Зачет

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету.

- 1.Экономические основы труда журналиста.
- 2.Требования к современному журналисту, интенсификация его труда.
- 3.Принципы акционирования СМИ: Закон «О СМИ» об акционировании.
- 4.Основы работы редакции с рекламодателями, понятие эффективности рекламы.
5. Информация как товар, рынок и журналистика.

6. Закон «О СМИ» как регулятор отношений учредителя, издателя и редакции.
7. Формы собственности в газетно-журнальном бизнесе.
8. Редакционно-издательский маркетинг, методы исследования рынка.
9. Рабочая сила на информационном рынке.
10. Особенности издательского рынка, наиболее востребованные специальности.
11. Рынок информации и идей.
12. Распространение издательской продукции, формы и методы.
13. Читательская аудитория и рынок потребителей.
14. Планирование редакционно-издательского маркетинга.
15. Рынок финансов, взаимоотношение издателей и банков.
16. Бюджет издания и его структура.
17. Эффективная тиражная политика: структура и составляющие эффективности.
18. Рекламная политика, виды рекламы.
19. Издательская деятельность, составляющие успеха.
20. Издательские дома, их предназначение и формы деятельности.
21. Коммерческая деятельность СМИ.
22. Прибыль издания, пути достижения рентабельности.
23. Расгосударствление СМИ, смысл и задачи.
24. Методы дотирования и спонсорство в издательском деле.
25. Финансовые магнаты на российском информационном рынке.

2. Требования к современному журналисту, интенсификация его труда.
3. Принципы акционирования СМИ: Закон «О СМИ» об акционировании.
4. Основы работы редакции с рекламодателями, понятие эффективности рекламы.
5. Информация как товар, рынок и журналистика.
6. Закон «О СМИ» как регулятор отношений учредителя, издателя и редакции.
7. Формы собственности в газетно-журнальном бизнесе.
8. Редакционно-издательский маркетинг, методы исследования рынка.
9. Рабочая сила на информационном рынке.
10. Особенности издательского рынка, наиболее востребованные специальности.
11. Рынок информации и идей.
12. Распространение издательской продукции, формы и методы.
13. Читательская аудитория и рынок потребителей.
14. Планирование редакционно-издательского маркетинга.
15. Рынок финансов, взаимоотношение издателей и банков.
16. Бюджет издания и его структура.
17. Эффективная тиражная политика: структура и составляющие эффективности.
18. Рекламная политика, виды рекламы.
19. Издательская деятельность, составляющие успеха.
20. Издательские дома, их предназначение и формы деятельности.
21. Коммерческая деятельность СМИ.
22. Прибыль издания, пути достижения рентабельности.
23. Расгосударствление СМИ, смысл и задачи.
24. Методы дотирования и спонсорство в издательском деле.
25. Финансовые магнаты на российском информационном рынке.

При определении уровня достижений обучающихся на зачете учитывается:

- знание программного материала и структуры дисциплины;

- знания, необходимые для решения типовых задач, умение выполнять предусмотренные программой задания;
- владение методологией дисциплины, умение применять теоретические знания при решении задач, обосновывать свои действия.

Оформление письменной работы согласно МИ-01-02-2018

[Общие требования к построению и оформлению учебной текстовой документации](#)

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

1. Александрова, И.А. Менеджмент организации : учеб. пособие / И. А. Александрова, М. Б. Базарова. - Чита : ЗабГУ, 2014. - 259 с.
2. Казарян, И. Р. Этика и культура управления : учеб. пособие / Казарян Ирина Рафаэлевна, Скворцова Лариса Александровна. - Чита : РНиУМЛ ЗабГУ, 2013. - 181 с.
3. Малышев, Е. А. Общий менеджмент : учеб. пособие / Малышев Евгений Анатольевич, Малышева Татьяна Евгеньевна. - Чита : ЗабГУ, 2014. - 229 с.
4. Основы медиабизнеса : учеб. пособие / Е. Л. Вартанова [и др.]; под ред. Е.Л. Вартановой. - Москва : Аспект Пресс, 2009. - 360 с.
5. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов. [Электронный ресурс] : учеб. — Электрон. дан. — М. : Аспект Пресс, 2014. -400 с.

Дополнительная литература

1. Герчикова, И.Н. Менеджмент [Электронный ресурс] : практикум: электрон. учеб. / И. Н. Герчикова. - 2-е изд., пер. и доп. - Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2011. - 1 электрон. опт. диск : CD-ROM. - 300-32.

2. Гордеева, Т. Н. Разработка управленческих решений : практикум / Гордеева Татьяна Николаевна. - Чита : ЗабГУ, 2011. - 64 с.
3. Дежкина, И. П. Гармоничный менеджмент / Дежкина Ирина Павловна, Поташева Галина Анатольевна. - Москва : ИНФРА-М, 2010. - 93 с.

Электронные источники:

4. Гусев К.А. Связи с общественностью в экономике (Учебное пособие)/ <http://www.evartist.narod.ru/text15/107.htm>
5. Ворошилов В. В. Маркетинговые коммуникации в журналистике/ <http://www.evartist.narod.ru/text3/33.htm>

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

1. Каталог образовательных интернет-ресурсов. Журналистика // http://www.edu.ru/modules.php?op=modload&name=Web_Links&file=index&l
2. Литература по журналистике // <http://www.journ-lessons.com/litra.html>
3. Мастера школы журналистики // <http://www.master-school.ru/master/8>
4. Страноведческая журналистика // <http://www.geografia.ru/etica.html>
5. Учебники, книги, издания. Журналистика // <http://www.journ.ru/node/5>
6. Электронные образовательные ресурсы: H:\Public\ZavKaf\
7. Сайт кафедры журналистики ЗабГГПУ: <http://www.zabspu.ru/index.php?d=240>

Преподаватель _____ доцент Тихомиров Владимир Алексеевич
подпись

Заведующий кафедрой _____ профессор Ерофеева Ирина Викторовна
подпись

31.08. 2020