


Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

УТВЕРЖДЕНО
решением Ученого совета
факультета культуры и искусства
от «15» мая 2023 г., протокол №14/258



Председатель  /Н.С. Сафронов/
Зав. кафедрой дизайна (подпись)
искусства интерьера факультета
культуры и искусства
Е.Л. Силантьева (по доверенности
№ 321/08 от 06.02.2023г.)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина	Экономика и менеджмент средств массовой информации
Факультет	Факультет культуры и искусства
Кафедра	Кафедра журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения
Курс	4

Направление (специальность): **42.03.02 «Журналистика» (бакалавриат)**
(код направления (специальности), полное наименование)

Направленность (профиль/специализация): **Конвергентная журналистика**
(полное наименование)

Форма обучения: **очная**
(очная, заочная, очно-заочная (указать только те, которые реализуются))

Дата введения в учебный процесс УлГУ: **«01» сентября 2023 г.**

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.


Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Программа актуализирована на заседании кафедры: протокол № _____ от _____ 20__ г.

Сведения о разработчиках:

ФИО	Кафедра	Должность, ученая степень, звание
Игнатъева Олеся Владимировна	Кафедра журналистики, филологии, documentsvedения и библиотекovedения	Доцент, кандидат педагогических наук, доцент

СОГЛАСОВАНО
Заведующий кафедрой журналистики, филологии, документоведения и библиотекovedения
 (подпись) /О.Р. Самарцев/ «15» мая 2023 г. (ФИО)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины: Дать будущим журналистам общее представление о движущих силах медиаиндустрии и ее теоретических концепциях, о становлении и основных вехах на ее историческом пути, о составных элементах этого сегмента экономики и об основных формах его деятельности. Курс «Экономика и менеджмент средств массовой информации» преследует цель формирования экономического мышления и профессиональной экономической культуры будущих журналистов.

Задачи освоения дисциплины:

- раскрыть суть экономических процессов и экономических отношений в системе современных средств массовой информации;
- дать представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности;
- сориентировать будущих журналистов в экономических аспектах функционирования СМИ (процессе и источниках формирования бюджета газетных и журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности);
- изучить СМИ как отрасль современной экономики, процессы концентрации в медиаиндустрии, особенности финансового управления на медиапредприятиях;
- освоить специфику бизнес-моделирования, медиапланирования и продвижения СМИ на рынок.


2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

Дисциплина «Экономика и менеджмент средств массовой информации» относится к дисциплинам обязательной части Блока Б1.О.41 «Дисциплины (модули)» основной профессиональной образовательной программы (ОПОП), устанавливаемой вузом. Данная дисциплина является одной из основополагающих дисциплин в системе подготовки бакалавра по направлению 42.03.02 «Журналистика». Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент средств массовой информации» не только раскрывает сущность бизнес-отношений в системе современных масс-медиа, ориентирует будущих журналистов в экономических аспектах функционирования СМИ, но и формирует экономическое мышление будущих журналистов, создает базу для применения изученного материала на практике.

Дисциплина читается в 7-ом семестре 4-ого курса и базируется на отдельных компонентах компетенций, сформированных у обучающихся в ходе изучения предшествующих учебных дисциплин учебного плана:

- «Современные медиакommunikации»;
- «История отечественной журналистики»;
- «История зарубежной журналистики»;
- «Основы теории журналистики»;
- «Основы журналистской деятельности»;
- «Экономика и менеджмент средств массовой информации»;
- «Профессионально-ознакомительная практика»;
- «Проектная деятельность»;
- «Профессионально-творческая практика».

Результаты освоения дисциплины будут необходимы для дальнейшего процесса

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

обучения в рамках поэтапного формирования компетенций при изучении дисциплин:

- «Основы теории коммуникации»;
 - «Правовые основы журналистики»,
- а также для прохождения преддипломной практики, государственной итоговой аттестации.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ), СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОПОП

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций:


Код и наименование реализуемой компетенции	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с индикаторами достижения компетенций
<p>ОПК-5</p> <p>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</p>	<p>Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.</p> <p>Уметь: 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.</p> <p>Владеть: методами осуществления своих профессиональных журналистских действий с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.</p>

4. ОБЩАЯ ТРУДОЕМКОСТЬ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах (всего) – 3 ЗЕТ.

4.2. Объем дисциплины по видам учебной работы (в часах):

Вид учебной работы	Количество часов (форма обучения – очная)				
	Всего по плану	в т.ч. по семестрам			
		5	6	7	8
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5</i>	<i>6</i>
Контактная работа обучающихся с преподавателем в соответствии с УП	36	-	-	36/36*	-
Аудиторные занятия:					
• лекции	18	-	-	18/18*	-
• семинары и практические занятия	18	-	-	18/18*	-
• лабораторные работы, практикумы	-	-	-	-	-
Самостоятельная работа	72	-	-	72	-

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


Форма текущего контроля знаний и контроля самостоятельной работы: тестирование, контр. работа, коллоквиум, реферат и др.	Тестирование, устный опрос	-	-	Тестирование, устный опрос	-
Курсовая работа	-	-	-	-	-
Виды промежуточной аттестации (экзамен, зачет)	зачет	-	-	зачет	-
Всего часов по дисциплине	108	-	-	108	-

*В случае необходимости использования в учебном процессе частично / исключительно дистанционных образовательных технологий в таблице через слеш указано количество часов работы ППС с обучающимися для проведения занятий в дистанционном формате с применением электронного обучения.

4.3. Содержание дисциплины (модуля). Распределение часов по темам и видам учебной работы:

Форма обучения – очная

Название разделов и тем	Всего	Виды учебных занятий					Форма текущего контроля знаний
		Аудиторные занятия			Занятия в интерактивной форме	Самостоятельная работа	
		лекции	практические занятия, семинары	лабораторные работы, практикумы			
1	2	3	4	5	6	7	8
Тема 1. Специфика производства массово-информационной продукции.	18	3	3	-	-	12	Устный опрос, тестирование
Тема 2. Ресурсы информационного производства.	18	3	3	-	-	12	Устный опрос, тестирование
Тема 3. Редакционный бюджет: структура и содержание.	18	3	3	-	-	12	Тестирование, практическое задание
Тема 4. СМИ как бизнес-субъекты: планирование деятельности и изучение медиапотребления.	18	3	3	-	-	12	Практическое задание
Тема 5. Маркетинговые технологии продвижения	18	3	3	-	-	12	Практическое задание

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

медиаресурсов.							
Тема 6. Особенности медиаменеджмента.	18	3	3	-	-	12	Практическое задание
ИТОГО:	108	18	18	-	-	72	

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Тема 1. Специфика производства массово-информационной продукции.

Содержание темы:

- 1) Журналистика как вид производственной деятельности.
- 2) Журналистская информация как продукт производства.
- 3) Рыночные отношения между производителями и потребителями журналистской информации.
- 4) Закономерности формирования и развития информационного рынка.

Тема 2. Ресурсы информационного производства.

Содержание темы:

- 1) Состав и структура информационного рынка.
- 2) Экономические предпосылки основания периодического издания.
- 3) Проблемы собственности в медиабизнесе.
- 4) Организационно-правовые формы юридического лица редакции СМИ.
- 5) Конкуренция на информационном рынке России.
- 6) Процесс концентрации средств массовой информации.

Тема 3. Редакционный бюджет: структура и содержание.

Содержание темы:

- 1) Уставный фонд редакции: основной фонд и оборотный фонд (оборотные средства).
- 2) Источники финансирования редакции.
- 3) Бюджетный дефицит и балансовая прибыль.
- 4) Направления ценовой политики редакции.
- 5) Редакционный бюджет. Доходная сторона бюджета редакции.
- 6) Общередакционные и издательские расходы.
- 7) Бюджет редакции печатного периодического издания, телевизионного и радиоканала, Интернет-СМИ, информационного агентства.


Тема 4. СМИ как бизнес-субъекты: планирование деятельности и изучение медиапотребления.

Содержание темы:

- 1) Планирование информационно-вещательной деятельности.
- 2) Специфика медиапотребления. Исследования потребительской активности.
- 3) Исследование рынка покупателей (потребителей) информации.
- 4) Методы изучения рынка периодических изданий.
- 5) Стратегии редакций СМИ по работе с целевыми аудиториями.
- 6) Технология таргетинга.

Тема 5. Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов.

Содержание темы:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 1) Цели и задачи медиамаркетинга.
- 2) Изучение рынка периодических изданий.
- 3) Сегментация рынка. Выбор и изучение рыночного сегмента.
- 4) Позиционирование средства массовой информации.
- 5) Промоушн. Процесс продвижения издания на рынок.
- 6) Планирование маркетинговой деятельности на информационном рынке. Методы маркетинга.

Тема 6. Особенности медиаменеджмента.

Содержание темы:

- 1) Экономические принципы редакционной деятельности.
- 2) Сущность понятия «редакционный менеджмент».
- 3) Цели и задачи редакционного менеджмента.
- 4) Служба редакционного менеджмента.
- 5) Требования к редакционному менеджеру.

6. ТЕМЫ ПРАКТИЧЕСКИХ И СЕМИНАРСКИХ ЗАНЯТИЙ

СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ (УСТНЫЕ ОПРОСЫ)

Ниже приводятся примерные перечни вопросов для устного обсуждения!

Тема 1. Специфика производства массово-информационной продукции (*форма проведения – устный опрос студентов в ходе семинарского занятия*).

- 1) Дайте характеристику журналистики как вида производственной деятельности.
- 2) Что представляют собой потребительская стоимость и просто стоимость журналистской информации как продукта производства?
- 3) Что Вы понимаете под товарной единицей журналистской информации?
- 4) Охарактеризуйте рыночные отношения, возникающие между производителями и потребителями журналистской информации.
- 5) Охарактеризуйте развитие рынка медиаиндустрии под воздействием закона спроса и предложения и в процессе воспроизводительного потребления.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.


Ниже приводится примерный вариант тестового задания по теме!

ТЕСТ

по теме № 1:

«СПЕЦИФИКА ПРОИЗВОДСТВА МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ»

1. Журналистика – это:
 - a. разновидность духовного производства;
 - b. разновидность производственных отношений между журналистом и аудиторией;
 - c. процесс производства полиграфической продукции.
2. Товарная единица журналистской информации – это:
 - a. номер газеты, журнала;
 - b. телерадиопрограмма;
 - c. полуфабрикат будущей публикации.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

3. Покупатель информации, получающий сведения, знания и оценки, помогающие ему ориентироваться в действительности, - это:
 - a. производитель информации;
 - b. потребитель информации.

СЕМИНАРСКИЕ ЗАНЯТИЯ (УСТНЫЕ ОПРОСЫ)

Ниже приводятся примерные перечни вопросов для устного обсуждения!

Тема 2. Ресурсы информационного производства (*форма проведения – устный опрос студентов в ходе семинарского занятия*).

- 1) Дайте подробную характеристику рынку информации и идей, составными частями которого являются рынок периодических изданий, рынок распространителей и рынок покупателей журналистской информации.
- 2) Дайте подробную характеристику рынку рабочей силы (труда), издательскому и техническому рынкам как одним из основных компонентов ресурсной части медиарынка.
- 3) Дайте подробную характеристику экономическим предпосылкам основания периодического издания. Прокомментируйте.
- 4) Перечислите и дайте подробную характеристику видам учредительства в системе медиабизнеса.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.


Ниже приводится примерный вариант тестового задания по теме!

ТЕСТ

по теме № 2:

«РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА»

- 1) С усилением информационных потребностей определенных общественных групп спрос на продукцию СМИ:
 - a) возрастает;
 - b) снижается.
- 2) Основными составляющими ресурсного рынка являются:
 - a) технический рынок;
 - b) рынок материалов;
 - c) финансовый рынок;
 - d) рынок рабочей силы (труда);
 - e) издательский рынок;
 - f) только первые два варианта.
- 3) Там, где редакция имеет свое издательство с типографией, обычно возникает
 - a) издательский дом;
 - b) издательско-производственное объединение;
 - c) концерн.
- 4) Объединение нескольких редакций, выпускающих печатные периодические издания, представляет собой
 - a) издательский дом;
 - b) издательско-производственное объединение;
 - c) концерн.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 5) Сложная форма объединения банков, промышленных предприятий, торговых, коммерческих фирм, печатных и аудиовизуальных периодических изданий, производств, обеспечивающих их материалами, научно-исследовательских организаций и других структур – это
- издательский дом;
 - издательско-производственное объединение;
 - концерн.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Ниже приводятся примерные варианты практических заданий!

Тема 3. Редакционный бюджет: структура и содержание (*форма проведения – практическое задание для самостоятельной работы*).

- Определите группу общередакционных расходов печатного средства массовой информации (на выбор студента).
- Изучите систему публикаций рекламы выбранного СМИ. В чем заключаются особенности установления цены-стоимости рекламы в издании? Назовите формы размещения рекламы на газетной/журнальной полосе и характер ее публикации. Охарактеризуйте специфику и виды частных объявлений, размещаемых в печатном периодическом издании; выступают ли они в качестве дополнительного источника дохода для редакции?
- Проанализируйте особенности ведения коммерческой деятельности как доходной части бюджета редакцией выбранного печатного периодического издания. Что представляет собой специфика продажи и аренды полос печатного периодического издания? Кто может быть заинтересован в разовой и долговременной покупке или аренде полос газетных/журнальных номеров?
- Перечислите важнейшие расходные и доходные статьи бюджета выбранного вами для анализа печатного периодического издания.
- Укажите, что входит в состав расходной части бюджета редакции выбранного вами печатного периодического издания.

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ.


Ниже приводится примерный вариант тестового задания по теме!

ТЕСТ

по теме № 3:

«РЕДАКЦИОННЫЙ БЮДЖЕТ: СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ»

- Совокупность вкладов в денежном выражении учредителей редакции в ее имущество – это
 - основной фонд;
 - уставный фонд;
 - оборотный фонд.
- Нерегулярная или одноразовая поддержка издания какой-либо крупной финансовой или коммерческой структурой представляет собой
 - инвестирование;
 - дотирование;
 - спонсирование.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- 3) Что входит в состав итогового финансового документа, отражающего деятельность редакции СМИ за отчетный период?
 - а) бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
 - б) только бухгалтерский баланс;
 - в) только отчет о прибылях и убытках.
- 4) Имеет ли право редакция изменять цену подписного номера газеты в течение периода, на который была объявлена подписка?
 - а) да;
 - б) нет.
- 5) Чтобы получить доход от реализации номера, редакция прибавляет к его себестоимости определенную надбавку. Полученная таким образом сумма составляет
 - а) оптимальную цену;
 - б) отпускную цену номера;
 - в) цену согласия.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Ниже приводятся примерные варианты практических заданий!

Тема 4. СМИ как бизнес-субъекты: планирование деятельности и изучение медиапотребления (форма проведения – практическое задание для самостоятельной работы).

С помощью обозначенного преподавателем сервиса Интернет-статистики самостоятельно сформируйте отчет о рейтинге самых популярных (наиболее посещаемых за сутки) российских информационных ресурсов в одной из тематических категорий (например, в категории «Новости и СМИ») и, ориентируясь на представленные данные, сделайте общие выводы.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ


Ниже приводятся примерные варианты практических заданий!

Тема 5. Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов (форма проведения – практическое задание для самостоятельной работы).

- 1) Проведите сегментацию медиарынка ульяновского региона. Поясните, какие количественные и качественные характеристики необходимо учитывать в процессе изучения рынка периодических изданий и выбора соответствующего сегмента. Приведите примеры различных сегментов информационного рынка города Ульяновска.
- 2) Составьте схему демографического анализа рынка периодических изданий и метода определения границ региона распространения медиапродукции, его территориальной характеристики.
- 3) Предложите алгоритм продвижения издания на информационный рынок.
- 4) Определите оптимальную структуру службы редакционно-издательского маркетинга (на примере СМИ Ульяновской области).

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Ниже приводятся примерные варианты практических заданий!

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

Тема 6. Особенности медиаменеджмента (форма проведения – практическое задание для самостоятельной работы).

1. Определите понятие «редакционный менеджмент» и назовите его цели и задачи.
2. На основе проведения опроса (анкетного, экспертного и пр.) выявите набор базовых требований, предъявляемых медиарынком к профессиональному и образовательному уровню журналиста.
3. Выявите и оформите в виде ранжированного списка факторы, от которых зависит формирование положительного имиджа средства массовой информации. Обозначьте комплекс мероприятий, способствующих формированию бренда периодического издания.

7. ЛАБОРАТОРНЫЕ РАБОТЫ, ПРАКТИКУМЫ


Данный вид работы не предусмотрен УП.

8. ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ, КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ, РЕФЕРАТОВ

Данный вид работы не предусмотрен УП.

9. ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ К ЗАЧЕТУ

1. Журналистика как вид производственной деятельности.
2. Журналистская информация как продукт производства.
3. Рыночные отношения между производителями и потребителями журналистской информации.
4. Закономерности формирования и развития информационного рынка.
5. Состав и структура информационного рынка.
6. Экономические предпосылки основания периодического издания.
7. Проблемы собственности в медиабизнесе.
8. Организационно-правовые формы юридического лица редакции СМИ.
9. Конкуренция на информационном рынке России.
10. Процесс концентрации средств массовой информации.
11. Уставный фонд редакции: основной фонд и оборотный фонд (оборотные средства).
12. Источники финансирования редакции.
13. Бюджетный дефицит и балансовая прибыль.
14. Направления ценовой политики редакции.
15. Редакционный бюджет. Доходная сторона бюджета редакции.
16. Общередакционные и издательские расходы.
17. Бюджет редакции печатного периодического издания, телевизионного и радиоканала, Интернет-СМИ, информационного агентства.
18. Планирование информационно-вещательной деятельности.
19. Специфика медиапотребления. Исследования потребительской активности.
20. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации.
21. Методы изучения рынка периодических изданий.
22. Стратегии редакций СМИ по работе с целевыми аудиториями.
23. Технология таргетинга.
24. Цели и задачи медиамаркетинга.
25. Изучение рынка периодических изданий.

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		


26. Сегментация рынка. Выбор и изучение рыночного сегмента.
27. Позиционирование средства массовой информации.
28. Промоушн. Процесс продвижения издания на рынок.
29. Планирование маркетинговой деятельности на информационном рынке. Методы маркетинга.
30. Экономические принципы редакционной деятельности.
31. Сущность понятия «редакционный менеджмент».
32. Цели и задачи редакционного менеджмента.
33. Служба редакционного менеджмента.
34. Требования к редакционному менеджеру.

10. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА СТУДЕНТОВ

Содержание, требования, условия и порядок организации самостоятельной работы обучающихся с учетом формы обучения определяются в соответствии с «Положением об организации самостоятельной работы обучающихся», утвержденным Ученым советом УлГУ (протокол №8/268 от 26.03.2019 г.).

Форма обучения – очная.

Название разделов и тем	Вид самостоятельной работы (проработка учебного материала, решение задач, реферат, доклад, контрольная работа, подготовка к сдаче зачета, экзамена и др.)	Объем в часах	Форма контроля (проверка решения задач, реферата и др.)
Тема 1. Специфика производства массово-информационной продукции.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к устному опросу; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	12	Устный опрос, тестирование
Тема 2. Ресурсы информационного производства.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к устному опросу; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к сдаче зачета. 	12	Устный опрос, тестирование
Тема 3. Редакционный бюджет: структура и содержание.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к тестированию; • Подготовка к практическому заданию; 	12	Тестирование, практическое задание

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

	<ul style="list-style-type: none"> • Подготовка к сдаче зачета. 		
Тема 4. СМИ как бизнес-субъекты: планирование деятельности и изучение медиапотребления.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к практическому заданию; • Подготовка к сдаче зачета. 	12	Практическое задание
Тема 5. Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к практическому заданию; • Подготовка к сдаче зачета. 	12	Практическое задание
Тема 6. Особенности медиаменеджмента.	<ul style="list-style-type: none"> • Проработка учебного материала с использованием ресурсов учебно-методического и информационного обеспечения дисциплины; • Подготовка к практическому заданию; • Подготовка к сдаче зачета. 	12	Практическое задание

11. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) Список рекомендуемой литературы


основная:

1. Основы медиаэкономики : учебное пособие / О. Игнатьева; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 56 с. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/1394>.

дополнительная:


1. Большева, С. А. Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь») : учебно-методическое пособие / С. А. Большева, А. С. Юферева. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 108 с. — ISBN 978-5-7996-1854-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65943.html>.
2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/424881>.
3. Новиков, Т. Е. Менеджмент на ТВ : учебное пособие / Т. Е. Новиков. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2016. — 15 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153230>.

учебно-методическая литература:

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

- Игнатъева О. В. Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов бакалавриата по направлению 42.03.02 «Журналистика» всех форм обучения / О. В. Игнатъева; УлГУ, Фак. культуры и искусства. - Ульяновск : УлГУ, 2019. - Загл. с экрана. - Электрон. текстовые дан. (1 файл : 240 Кб). - Текст : электронный. - <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Download/MObject/6894>.

Согласовано:

Гл. библиотекарь / Шевякова И.Н. /  / 26.04.2023

Должность сотрудника научной библиотеки

ФИО

подпись

дата

б) Программное обеспечение:

- Операционная система Windows;
- Пакет офисных программ MicrosoftOffice.
- Система «Антиплагиат.ВУЗ»

в) Профессиональные базы данных, информационно-справочные системы:

1. Электронно-библиотечные системы:

1.1. Цифровой образовательный ресурс IPRsmart : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Компания «Ай Пи Ар Медиа». - Саратов, [2023]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.2. Образовательная платформа ЮРАЙТ : образовательный ресурс, электронная библиотека : сайт / ООО Электронное издательство ЮРАЙТ. – Москва, [2023]. - URL: <https://urait.ru>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.

1.3. База данных «Электронная библиотека технического ВУЗа (ЭБС «Консультант студента») : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Политехресурс. – Москва, [2023]. – URL: <https://www.studentlibrary.ru/cgi-bin/mb4x>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.4. ЭБС Лань : электронно-библиотечная система : сайт / ООО ЭБС Лань. – Санкт-Петербург, [2023]. – URL: <https://e.lanbook.com>. – Режим доступа: для зарегистрир. пользователей. – Текст : электронный.

1.5. ЭБС Znanium.com : электронно-библиотечная система : сайт / ООО Знаниум. - Москва, [2023]. - URL: <http://znanium.com> . – Режим доступа : для зарегистрир. пользователей. - Текст : электронный.


2. **КонсультантПлюс** [Электронный ресурс]: справочная правовая система. /ООО «Консультант Плюс» - Электрон. дан. - Москва : КонсультантПлюс, [2023].

3. Базы данных периодических изданий:

3.1. eLIBRARY.RU: научная электронная библиотека : сайт / ООО Научная Электронная Библиотека. – Москва, [2023]. – URL: <http://elibrary.ru>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный

3.2. Электронная библиотека «Издательского дома «Гребенников» (Grebinnikon) : электронная библиотека / ООО ИД Гребенников. – Москва, [2023]. – URL: <https://id2.action-media.ru/Personal/Products>. – Режим доступа : для авториз. пользователей. – Текст : электронный.

4. **Федеральная государственная информационная система «Национальная электронная библиотека»** : электронная библиотека : сайт / ФГБУ РГБ. – Москва, [2023].

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		

– URL: <https://нэб.рф>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

5. Российское образование : федеральный портал / учредитель ФГАУ «ФИЦТО».
– URL: <http://www.edu.ru>. – Текст : электронный.

6. Электронная библиотечная система УлГУ : модуль «Электронная библиотека» АБИС Мега-ПРО / ООО «Дата Экспресс». – URL: <http://lib.ulsu.ru/MegaPro/Web>. – Режим доступа : для пользователей научной библиотеки. – Текст : электронный.

Согласовано:

Инженер ведущий / Щуренко Ю.В. / 19.05.2023
Должность сотрудника УИГТ ФИО подпись дата

12. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитории для проведения лекций и семинарских занятий, для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации, групповых и индивидуальных консультаций.

Аудитории укомплектованы специализированной мебелью, учебной доской.

13. СПЕЦИАЛЬНЫЕ УСЛОВИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

В случае необходимости, обучающимся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья (по заявлению обучающегося) могут предлагаться одни из следующих вариантов восприятия информации с учетом их индивидуальных психофизических особенностей:

– для лиц с нарушениями зрения: в печатной форме увеличенным шрифтом; в форме электронного документа; в форме аудиофайла (перевод учебных материалов в аудиоформат); в печатной форме на языке Брайля; индивидуальные консультации с привлечением тифлосурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями слуха: в печатной форме; в форме электронного документа; видеоматериалы с субтитрами; индивидуальные консультации с привлечением сурдопереводчика; индивидуальные задания и консультации;

– для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме; в форме электронного документа; в форме аудиофайла; индивидуальные задания и консультации.

В случае необходимости использования в учебном процессе частично/исключительно дистанционных образовательных технологий, организация работы ППС с обучающимися с ОВЗ и инвалидами предусматривается в электронной информационно-образовательной среде с учетом их индивидуальных психофизических особенностей.

Разработчик



(подпись)

доцент

(должность)

О.В. Игнатьева

(ФИО)

Министерство науки и высшего образования РФ Ульяновский государственный университет	Форма	
Ф – Рабочая программа дисциплины		