

**Министерство науки и высшего образования РФ**  
**ФГБОУ ВО «Ульяновский государственный университет»**  
**Факультет культуры и искусства**  
**Кафедра журналистики, филологии, документоведения и**  
**библиотековедения**

Игнатьева 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

Ульяновск, 2019

УДК 338:070(075.8)

ББК 76.004я73

И 26

*Рекомендованы к введению в образовательный процесс Ученым советом факультета культуры и искусства УлГУ (протокол №13/205 от 20 июня 2019 г.).*

Игнатъева О. В.

Методические указания для самостоятельной работы студентов по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» / составитель: О. В. Игнатъева. – Ульяновск: УлГУ, 2019. – 12 с.

Настоящие методические указания предназначены для студентов бакалавриата по направлению 42.03.02 «Журналистика» всех форм обучения, изучающих дисциплину «Экономика и менеджмент СМИ».

В работе приведены литература по дисциплине, основные темы курса и вопросы в рамках каждой темы, рекомендации по изучению теоретического материала, вопросы и тесты для самоконтроля, варианты практических заданий.

Студентам заочной формы обучения следует использовать данные методические указания при самостоятельном изучении дисциплины. Студентам очной формы обучения они будут полезны при подготовке к практическим занятиям и к зачету по данной дисциплине.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Литература для изучения дисциплины.....	4
2. Методические указания.....	4
3. Тема 1. Специфика производства массово-информационной продукции.....	4
4. Тема 2. Ресурсы информационного производства.....	6
5. Тема 3. Редакционный бюджет: структура и содержание.....	8
6. Тема 4. СМИ как бизнес-субъекты: планирование деятельности и изучение медиапотребления.....	10
7. Тема 5. Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов.....	10
8. Тема 6. Особенности медиаменеджмента.....	12

## 1. ЛИТЕРАТУРА ДЛЯ ИЗУЧЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Большеева, С. А. Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь») : учебно-методическое пособие / С. А. Большеева, 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>.
4. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов по направл. ВПО 030600 "Журналистика" / под ред. Е. Л. Варгановой. - Москва : Аспект Пресс, 2014. - 400 с. - (Учебники нового поколения) (Для бакалавров). - ISBN 978-5-7567-0724-3 (в пер.).
5. Основы медиаэкономики : учебное пособие / Игнатъева Олеся Владимировна; Ульяновск. гос. ун-т, Фак. культуры и искусства, Каф. журналистики, филологии, документоведения. - Ульяновск : УлГУ, 2018. - 56 с.

## 2. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ

### ТЕМА 1. СПЕЦИФИКА ПРОИЗВОДСТВА МАССОВО-ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОДУКЦИИ.

С темой 1 студенты знакомятся во время лекционных занятий.

#### Основные вопросы 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.

#### **Рекомендации по изучению темы:**

Учебное пособие [5], раздел 1 (с. 4-6) дополняет лекции по соответствующей теме.

Рекомендуется использование источников [4], глава 3 (с. 105-117).

Рекомендуется обзорное ознакомление с источниками [1], [2], [3].

#### **Контрольные вопросы:**

*Ниже приводится примерный перечень вопросов для устного обсуждения:*

- 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.

#### **Тесты для самостоятельной работы:**

*Ниже приводятся примерные варианты тестовых заданий:*

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

## **ТЕМА 2. РЕСУРСЫ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА.**

С темой 2 студенты знакомятся во время лекционных занятий.

### **Основные вопросы 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.

### **Рекомендации по изучению темы:**

Учебное пособие [5], раздел 1 (с. 7-11) дополняет лекции по соответствующей теме.

Рекомендуется использование источников [4], глава 4 (с. 167-197).

Рекомендуется обзорное ознакомление с источниками [1], [2], [3].

### **Контрольные вопросы:**

*Ниже приводится примерный перечень вопросов для устного обсуждения:*

- 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.

### **Тесты для самостоятельной работы:**

*Ниже приводятся примерные варианты тестовых заданий:*

- 1) С усилением информационных потребностей определенных общественных групп спрос на продукцию СМИ:
  - а) 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.
- 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
- a) издательский дом;
  - b) издательско-производственное объединение;
  - c) концерн.

### ТЕМА 3. РЕДАКЦИОННЫЙ БЮДЖЕТ: СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ.

С темой 3 студенты знакомятся во время лекционных занятий.

#### Основные вопросы 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.

#### Рекомендации по изучению темы:

Учебное пособие [5], раздел 1 (с. 11-18) дополняет лекции по соответствующей теме.

Рекомендуется использование источников [4], глава 5 (с. 202-204; с. 208-223).

Рекомендуется обзорное ознакомление с источниками [1], [2], [3].

#### Тесты для самостоятельной работы:

*Ниже приводятся примерные варианты тестовых заданий:*

- 1) Совокупность вкладов в денежном выражении учредителей редакции в ее имущество – это
  - a) основной фонд;
  - b) уставный фонд;
  - c) оборотный фонд.
- 2) Нерегулярная или одноразовая поддержка издания какой-либо крупной финансовой или коммерческой структурой представляет собой
  - a) инвестирование;
  - b) дотирование;
  - c) спонсирование.
- 3) Что входит в состав итогового финансового документа, отражающего деятельность редакции СМИ за отчетный период?
  - a) бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
  - b) только бухгалтерский баланс;

- с) 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;
  - с) цену согласия.

**Практическое задание для самостоятельной работы:**

*Ниже приводится примерный вариант задания:*

- 1) Определите группу общередакционных расходов печатного средства массовой информации (на выбор студента).
- 2) 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?
- 3) 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?
- 4) Перечислите важнейшие расходные и доходные статьи бюджета выбранного вами для анализа печатного периодического издания.
- 5) Укажите, что входит в состав расходной части бюджета редакции выбранного вами печатного периодического издания.

## **ТЕМА 4. СМИ КАК БИЗНЕС-СУБЪЕКТЫ: ПЛАНИРОВАНИЕ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ИЗУЧЕНИЕ МЕДИАПОТРЕБЛЕНИЯ.**

С темой 4 студенты знакомятся во время лекционных занятий.

### **Основные вопросы 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.

### **Рекомендации по изучению темы:**

Учебное пособие [5], раздел 3 (с. 38-42) дополняет лекции по соответствующей теме.

Рекомендуется использование источников [4], глава 6 (с. 240-284), глава 7 (с. 286-313).

Рекомендуется обзорное ознакомление с источниками [1], [2], [3].

### **Практическое задание для самостоятельной работы:**

*Ниже приводится примерный вариант задания:*

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.

## **ТЕМА 5. МАРКЕТИНГОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ МЕДИАРЕСУРСОВ.**

С темой 5 студенты знакомятся во время лекционных занятий.

### **Основные вопросы темы:**

- 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.

### **Рекомендации по изучению темы:**

Учебное пособие [5], раздел 3 (с. 42-45) дополняет лекции по соответствующей теме.

Рекомендуется использование источников [4], глава 8 (с. 314-376).

Рекомендуется обзорное ознакомление с источниками [1], [2], [3].

### **Практическое задание для самостоятельной работы:**

*Ниже приводится примерный вариант задания:*

- 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).

## **ТЕМА 6. ОСОБЕННОСТИ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА.**

С темой 6 студенты знакомятся во время лекционных занятий.

### **Основные вопросы 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.

### **Рекомендации по изучению темы:**

Учебник [4], глава 5 (с. 199-202; с. 205-208) дополняет лекции по соответствующей теме. Также рекомендуется использовать источник [5], раздел 3 (с. 45-47).

Рекомендуется обзорное ознакомление с источниками [1], [2], [3].

### **Практическое задание для самостоятельной работы:**

*Ниже приводится примерный вариант задания:*

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.