

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2023

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

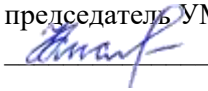
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

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-626Жз(4г6м) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»
Квалификация	бакалавр
Форма обучения	заочная
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ

Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:
в том числе:		зачеты 9
аудиторные занятия	14	
самостоятельная работа	130	

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	9(5.1)		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	4	4	4	4
Практические	10	10	10	10
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	14	14	14	14
Контактная работа	14	14	14	14
Сам. Работа	130	130	130	130
Итого	144	144	144	144

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 25.03.2026 протокол №9

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Литературы, журналистики и методики обучения

Протокол от 26.06.2026 г. №11

Зав. кафедрой О.М. Буранок

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 копирайтинга				
2.2		Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:		
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/	9	2	0
1.2	Редакция СМИ как юридическое лицо /Пр/	9	2	2
1.3	Редакция СМИ как юридическое лицо /Ср/	9	20	0
1.4	Учредители СМИ: их права и обязанности /Пр/	9	2	0
1.5	Учредители СМИ: их права и обязанности /Ср/	9	20	0
1.6	Информационный рынок /Пр/	9	2	0
1.7	Информационный рынок /Ср/	9	20	0
	Раздел 2. Экономические основы труда журналиста и менеджмент			
2.1	Редакционно-издательский маркетинг /Лек/	9	2	0
2.2	Редакционно-издательский маркетинг /Пр/	9	4	2
2.3	Редакционно-издательский маркетинг /Ср/	9	20	0
2.4	Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов /Ср/	9	20	0
2.5	Основы редакционного менеджмента /Ср/	9	30	0
5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)				
5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)				
9 семестр, 2 лекции, 2 практических занятия				
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.				
4. Учредительный договор как документ, закрепляющий отношения между соучредителями.				

5. Устав редакции СМИ; его основные положения. Права и обязанности соучредителей. Практическое занятия №1 (2 часа) Редакция СМИ как юридическое лицо Вопросы и задания 1. Учредитель — физическое лицо. 2. Учредитель — юридическое лицо. 3. Свидетельство о регистрации СМИ. Практическое занятия №2 (2 часа) Учредители СМИ: их права и обязанности 1. Спонсор СМИ, отличие спонсора от учредителя. 2. Положения Устава редакции СМИ о финансово-хозяйственной деятельности редакции, о правах и обязанностях соучредителей, о распределении прибыли (условной или реальной). 3. О порядке выхода из состава соучредителей, о закрытии СМИ и др. Практическое занятие №3 (2 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. 3. Сегментация как основа изучения информационного рынка. 4. Позиционирование как определение места СМИ в избранном рыночном сегменте. 5. Исследование рынка покупателей информации как направление редакционно-издательского маркетинга. 6. Изучение конкурентных СМИ, определение конкурентоспособности как одна из задач редакционно-издательского маркетинга. Раздел 2. Экономические основы труда журналиста и менеджмент Лекция №2 (2 часа) Редакционно-издательский маркетинг 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. 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 №4-5 (4 часа) Редакционно-издательский маркетинг Вопросы и задания Разработать кодекс прав и обязанностей учредителей СМИ. 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.			
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

Дата обращения к электронным учебным изданиям, электронным образовательным ресурсам, современным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Алексеева И. В. , Богатая И. Н. , Кизилев А. Н.	Аудит бизнеса : учебное пособие : [16+] / И. В. Алексеева, И. Н. Богатая, А. Н. Кизилев ; 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.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	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.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat reader DC
- Dr.Web Desktop security, Dr.Web Server security
- GIMP
- Мой офис, сервисы Яндекс 360 для образования (почта, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс документы, Календарь)
- Многофункциональный сервис обмена информацией Max
- Архиватор 7-Zip
- Браузер Яндекс для организаций

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, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. 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; пометать 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 удастся 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.	

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

Курс 5 Семестр 9

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.	Тема: Редакция СМИ как юридическое лицо Учредители СМИ: их права и обязанности Информационный рынок 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 Веб-сайт Базисный субъект PR-коммуникации Медиасистема Event	

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
 Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
 Рабочая программа дисциплины «Экономика и менеджмент средств массовой информации»

		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	
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.	Тема: Редакционно-издательский маркетинг Издательская и коммерческая деятельность редакции как источник доходов Основы редакционного менеджмента 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 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	

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
 Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
 Рабочая программа дисциплины «Экономика и менеджмент средств массовой информации»

		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	