Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 14.09.2023 12:22:37
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742f9[illegible]

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор
_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«16» февраля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ПЛАНИРОВАНИЕ РАБОТЫ РЕДАКЦИИ ПЕРИОДИЧЕСКИХ ИЗДАНИЙ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профили
Периодические издания и мультимедийная журналистика,
Деловая журналистика

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Москва, 2023 г.

Разработчик:

К.э.н., доцент /Е.Е. Егорова/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
к.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Руководитель образовательной программа

К.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Планирование работы редакции периодических изданий» – формирование представлений об экономическом механизме функционировании редакции в рамках современной медиаиндустрии, основных экономических регуляторов деятельности редакции в условиях рыночных отношений (процессах планирования и источниках формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политики).

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- освоение основ менеджмента редакции, умений осуществлять сбор, анализ предварительной информации, необходимой для разработки медиапроекта;
- выработка способностей участвовать в планировании, разработке и коррекции концепции издания, его модели, формата, разработке авторского медиапроекта;
- выработка способностей к планированию (в соответствии с должностными обязанностями) продвижения медиапродукта на информационный рынок.

Обучение по дисциплине «Планирование работы редакции периодических изданий» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
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	ИОПК-5.1 Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ИОПК-5.2 Осуществляет свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Экономика», «Рынок современных печатных СМИ России».

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы (72 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	3 семестр
1	**Аудиторные занятия**		36

	В том числе:		
11	Лекции		18
12	Семинарские/практические занятия		18
13	Лабораторные занятия		-
2	**Самостоятельная работа**		36
	В том числе:		
21	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений		26
	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)		10
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачет		-
	Итого		72

3.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**5 семестр**
1	**Аудиторные занятия**		20
	В том числе:		
11	Лекции		8
12	Семинарские/практические занятия		12
13	Лабораторные занятия		-
2	**Самостоятельная работа**		52
	В том числе:		
21	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений		32
22	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)		20
3	**Промежуточная аттестация**		
	Зачет		-
	Итого		72

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение. Средства массовой информации и экономический фактор	8	2	2	-	-	4
2	Тема 2. Журналистская информация как	8	2	2	-	-	4

	товар						
3	Тема 3. Правовая основа информационного бизнеса	8	2	2	-	-	4
4	Тема 4. Планирование как часть управления медиабизнесом	8	2	2	-	-	4
5	Тема 5. Планирование финансовой базы редакции	8	2	2	-	-	4
6	Тема 6. Планирование маркетинговой деятельности редакции	8	2	2	-	-	4
7	Тема 7. Планирование себестоимости и прибыли	8	2	2	-	-	4
8	Тема 8. Управление редакцией	8	2	2	-	-	4
9	Тема 9. Эффективность деятельности редакции	8	2	2	-	-	4
Итого		**72**	**18**	**18**	**-**	**-**	**36**

3.2.1. Заочная форма обучения

№ п/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение. Средства массовой информации и экономический фактор	8	2	2	-	-	4
2	Тема 2. Журналистская информация как товар	8	-	2	-	-	6
3	Тема 3. Правовая основа информационного бизнеса	8	-	-	-	-	8
4	Тема 4. Планирование как часть управления медиабизнесом	8	-	-	-	-	8
5	Тема 5. Планирование финансовой базы редакции	8	2	2	-	-	4
6	Тема 6. Планирование маркетинговой деятельности редакции	8	-	2	-	-	6
7	Тема 7. Планирование себестоимости и прибыли	8	2	2	-	-	4
8	Тема 8. Управление редакцией	8	-	-	-	-	8
9	Тема 9. Эффективность деятельности редакции	8	2	2	-	-	4
Итого		**72**	**8**	**12**	**-**	**-**	**52**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Средства массовой информации и экономический фактор

Планирование работы редакции периодических изданий как предмет изучения. Система понятий и терминов, связанных с планированием работы редакции периодических изданий: информационный рынок, редакционно-издательский маркетинг, редакционный менеджмент, редакционный бюджет и др.

Тема 2. Журналистская информация как товар

Журналистика как разновидность духовного производства. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Закономерности формирования и развития информационного рынка. Ресурсные рынки. Аспекты рыночной среды. Рынок периодических изданий. Территориальные аспекты информационного рынка. Роль сети Интернет.

Тема 3. Правовая основа информационного бизнеса

Правовые отношения учредителя, владельца, издателя, редакции. Организационно-правовые формы организации информационного бизнеса. Процесс концентрации средств массовой информации. Издательско-производственное объединение. Издательский дом. Информационный холдинг. Монополизация информационного рынка.

Тема 4. Планирование как часть управления медиабизнесом

Необходимость бизнес-планирования. Бизнес-план в системе редакционного планирования. Цели, предмет и виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Организационная структура редакции, иерархия управления и штатное расписание.

Тема 5. Планирование финансовой базы редакции

Финансовая база издания. Уставный фонд. Стартовый капитал. Основные фонды редакции. Оборотный капитал. Источники средств. Дотирование периодического издания. Спонсирование издания. Самофинансирование издания. Бюджет редакции печатного периодического издания. Реклама в периодическом издании. Источники доходов редакции периодических изданий.

Тема 6. Планирование маркетинговой деятельности редакции

Редакционно-издательский маркетинг: особенности, цели, задачи, направления. Сегментация рынка, выбор сегмента. Позиционирование периодического издания. Изучение целевой аудитории издания. Конкуренция на рынке периодических изданий. Конкурентные ситуации на рынке. Планирование маркетинга и его методы. PR-акции. Маркетинговая кампания. Бюджет маркетинга.

Тема 7. Планирование себестоимости и прибыли

Издержки. Себестоимость. Направления ценовой политики редакции. Роль спроса и предложения, конкуренции на рынке. Понятие безубыточности. Ценовая политика в процессе производства издания. Балансовая прибыль редакции. Чистая прибыль. Возможности использования прибыли. Бюджетный дефицит и методы его ликвидации.

Тема 8. Управление редакцией

Понятие редакционного менеджмента. Его особенности, цели и задачи. Виды менеджмента: производственный, финансовый. Состав редакционного коллектива. Система найма работников. Управление редакционным коллективом. Система методов управления редакцией. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Направления функционирования редакции. Менеджмент и организация деятельности редакции, планирование выпуска издания. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции.

Тема 9. Эффективность деятельности редакции

Эффективность. Основные виды эффективности – экономическая, социальная. Показатели экономической эффективности. График достижения безубыточности. Методы распространения, их выбор в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, обслуживаемого региона, рыночной конъюнктуры и др. Подписка, подписная кампания. Розничная продажа. Бесплатное распространение.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

1. Введение. Средства массовой информации и экономический фактор
2. Журналистская информация как товар
3. Правовая основа информационного бизнеса
4. Планирование как часть управления медиабизнесом
5. Планирование финансовой базы редакции
6. Планирование маркетинговой деятельности редакции
7. Планирование себестоимости и прибыли
8. Управление редакцией
9. Эффективность деятельности редакции

3.4.2. Семинарские/практические занятия для заочной формы обучения

1. Введение. Средства массовой информации и экономический фактор
2. Журналистская информация как товар
3. Планирование финансовой базы редакции
4. Планирование маркетинговой деятельности редакции
5. Планирование себестоимости и прибыли
6. Эффективность деятельности редакции

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

Гражданский кодекс Российской Федерации (ГК РФ) 30 ноября 1994 года N 51-ФЗ // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_5142/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/518357 (дата обращения: 18.06.2023).

Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/512575 (дата обращения: 18.06.2023).

Черноморченко, С. И. Планирование и проектирование организаций : учебное пособие для вузов / С. И. Черноморченко. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2022. — 221 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11222-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/495648 (дата обращения: 17.06.2023).

4.3 Дополнительная литература

Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Реклама», «Маркетинг», «Психология», «Социология», «Журналистика» / Бузин В.Н., Бузина Т.С.. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 492 c. — ISBN 978-5-238-01769-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/81796.html (дата обращения: 18.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Финансы : учебник и практикум для вузов / Н. И. Берзон [и др.] ; под общей редакцией Н. И. Берзона. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 541 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15996-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/523606 (дата обращения: 17.06.2023).

Экономика труда : учебник для вузов / М. В. Симонова [и др.] ; под общей редакцией М. В. Симоновой. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 259 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-05423-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/515188 (дата обращения: 17.06.2023).

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Электронный образовательный ресурс «Экономика и менеджмент СМИ» - https://lms.mospolytech.ru/course/view.php?id=45

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Законодательная база, нормативно-правовое обеспечение, статьи. http://pravo.gov.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о

необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Дисциплина «Планирование работы редакции периодических изданий» является дисциплиной профессионального цикла и обеспечивает формирование компетентности обучающегося в тесной связи с важнейшими дисциплинами профиля и дисциплинами профессионального цикла в целом. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Планирование работы редакции периодических изданий».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Планирование работы редакции периодических изданий» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и учебного плана по направлению 42.03.02 Журналистика.

Лекции по дисциплине читаются с учетом предварительного формирования предусмотренных ОП компетенций.

Перечень основной и дополнительной литературы приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

Поощряется подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны быть поняты студентами и излагаются на первом практическом занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка доклада, презентации в мультимедийном формате по теме курса.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Рекомендуется работа с первоисточниками. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде

преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий.

Методическая модель преподавания дисциплины основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются: выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса; объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения; активное участие слушателей в учебном процессе; приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям. Используемые методы преподавания: лекционные занятия с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов, метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении практических занятий.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: коллоквиум, контрольная работа, подготовка, представление и обсуждение докладов (рефератов) на практических занятиях.

Форма промежуточной аттестации – зачет, который может проводиться как в письменном виде, так и в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают вопросы для коллоквиума, контрольной работы, тематику докладов, рефератов, сообщений для практических занятий, контрольные вопросы для проведения зачета.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине. По результатам работы, включая итоги промежуточной аттестации по дисциплине, выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Оценка «зачтено» выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений приведенным далее показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации. Обучающийся демонстрирует полное представление сути экономических процессов, экономических отношений, экономических регуляторов и факторов деятельности медиа предприятий с различными формами собственности, основ менеджмента редакции; обучающийся демонстрирует умения ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности;

выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. Обучающийся в полном объеме владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики.

Оценка «не зачтено» выставляется в том случае, если не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, приведенным далее показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации. Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточные знания сущности экономических процессов и экономических отношений, отсутствие представлений об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности, об основах менеджмента редакции. Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; не может учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; не понимает, как выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерные вопросы для коллоквиумов, собеседований

1. Журналистская информация как товар.
2. Средства массовой информации и экономический фактор.
3. Правовые формы организации информационного бизнеса.
4. Финансовый капитал на информационном рынке.
5. Редакционно-издательский маркетинг.
6. Финансовая база редакции и компании.
7. Бюджет редакции печатного периодического издания.
8. Реклама в периодическом издании.
9. Ценовая политика редакции.
10. Прибыль редакции
11. Менеджмент и редакция.
12. Управление редакционным коллективом
13. Экономические основы труда журналиста.
14. Менеджмент и периодическое издание
15. Распространение периодического издания.
16. Менеджмент и бизнес-план редакции
17. Средства массовой информации и экономический фактор
18. Правовые формы организации информационного бизнеса.
19. Финансовый капитал на информационном рынке.
20. Редакционно-издательский маркетинг.
21. Финансовая база редакции и компании.
22. Бюджет редакции печатного периодического издания.
23. Реклама в периодическом издании.
24. Ценовая политика редакции.
25. Прибыль редакции
26. Менеджмент и редакция.
27. Управление редакционным коллективом

28. Экономические основы труда журналиста.
29. Распространение периодического издания.
30. Менеджмент и бизнес-план редакции

Примерные вопросы для контрольной работы

1. Понятие «информационный рынок».
2. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса.
3. Финансовый капитал на информационном рынке.
4. Редакционно-издательский маркетинг.
5. Менеджмент и периодическое издание
6. Распространение периодического издания.
7. Менеджмент и бизнес-план редакции.
8. Бюджет редакции печатного периодического издания.
9. Реклама в периодическом издании.
10. Ценовая политика редакции.
11. Менеджмент и этика.
12. Менеджмент периодического издания
13. Экономические принципы редакционной деятельности.
14. Менеджмент и редакция

Примерная тематика докладов, рефератов, сообщений

1. Виды преобладающих компаний СМИ по хозяйственно-правовым формам.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа.
3. Концентрация, монополизация и диверсификация на мировом рынке масс-медиа.
4. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
5. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
6. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
7. Специфика брендинга в СМИ.
8. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
9. От подписной кампании – к бренду и корпоративному стилю.
10. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
11. Издержки, себестоимость продукции и структура затрат редакции.
12. Менеджмент редакции и его функции.
13. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда.
14. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
15. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль.
16. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
17. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
18. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
19. Дотации и гранты как финансовые факторы существования редакций.
20. Бизнес-планирование редакции периодических изданий.
21. Налоговые аспекты работы редакции.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

Торговая марка, товарный знак, «брэнд» и их продвижение.
Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж

Формирование цен и цели ценообразования.
Эластичность и неэластичность спроса
Затратный и другие методы ценообразования.
Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
Специфический товар СМИ.
Медиабизнес и обслуживающая модель СМИ
Основные и оборотные фонды редакции периодических изданий.
Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
Бизнес-план редакции, его свойства и типология.
Организационная структура редакции и штатное расписание.
Источники доходов редакции.
Принципы маркетинга.
Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
Конкуренция и ее виды.
Сравнительная оценка конкурентов.
Сегментирование.
Раздел рынка на доли между конкурентами.
Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
Формирование цен и цели ценообразования.
Психология восприятия цены.
Понятия издержек и себестоимости продукции.
Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
Понятие менеджмента редакции и его функции.
Формы найма сотрудников.
Оплата труда в редакции
Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
Стили управления.
Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования).
Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.
Прибыль как показатель эффективности.
Выручка, балансовая и чистая прибыль.
Распределение чистой прибыли.
Методы стимулирования сбыта периодических изданий (конкурсы, фестивали, льготы и др.).
Дотации и гранты как финансовые факторы развития редакций.
Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
Эффективность экономической деятельности редакции.
График достижения безубыточности.
Выручка, издержки, объем производства.
Точка безубыточности и критический объем производства.
Составляющие комплекса маркетинга.
Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).