Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 06.09.2023 15:07:34
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Директор Института
издательского дела и журналистики

_____Е.Л. Хохлогорская

«30» августа 2022 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Планирование работы редакции периодических изданий»

Направление подготовки
42.03.02 «Журналистика»

Профили
Периодические издания и мультимедийная журналистика,
Деловая журналистика

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Москва 2022 г.

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, и студентов направления подготовки 42.03.02 «Журналистика», изучающих дисциплину «Планирование работы редакции периодических изданий».

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 и источниках формирования бюджета медиапредприятий, их финансовой и ценовой политике),

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 разработке и коррекции концепции издания, его модели, формата, разработке авторского медиапроекта;
- выработка способностей к обеспечению (в соответствии с должностными обязанностями) продвижения медиапродукта на информационный рынок.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

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. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине (модулю):

Коды компетенции	**Результаты освоения ОП** ***Содержание компетенций****	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине****
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	Знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции; Уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования редакции; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.

		Владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики и т.п.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические) занятия	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)	
Очная	2	4	72/2	36	18	18	-	36	-	зачет
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	зачет
Заочная	2	4	72/2	18	8	10	-	54	-	-

Для очной / заочной форм обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
				4	-
Аудиторные занятия (всего)	36		-	36	-
В том числе:	-		-	-	-
Лекции	18		-	18	-
Практические занятия (ПЗ)	18		-	18	-
Семинары (С)	-		-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-		-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	36		-	36	-
В том числе:	-		-	-	-
Курсовой проект (работа)	-		-	-	-
Расчетно-графические работы	-		-	-	-
Реферат, проведение исследования, подготовка презентации	10		-	10	-
Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	16		-	16	-
Другие виды самостоятельной работы	10		-	10	-
Вид промежуточной аттестации (зачет)			-	-	-
Общая трудоемкость 72 час 2 зач. ед.	72		-	72	-
	2		-	-	-

Для заочной форм обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
				4	-
Аудиторные занятия (всего)	18		-	18	-
В том числе:	-		-	-	-
Лекции	8		-	8	-
Практические занятия (ПЗ)	10		-	10	-

Семинары (С)	-		-	-	-
Лабораторные работы (ЛР)	-		-	-	-
Самостоятельная работа (всего)	54		-	54	-
В том числе:	-		-	-	-
Курсовой проект (работа)	-		-	-	-
Расчетно-графические работы	-		-	-	-
Реферат, проведение исследования, подготовка презентации	10		-	10	-
Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)	34		-	34	-
Другие виды самостоятельной работы	10		-	10	-
Вид промежуточной аттестации (зачет)			-		-
	72		-	72	-

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Средства массовой информации и экономический фактор

Планирование работы редакции периодических изданий как предмет изучения. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики. 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. Его продукция: журналистская информация и ее носители. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Ее особенности. Товарная единица на информационном рынке.

Закономерности формирования и развития информационного рынка. Его аспекты и структура. Ресурсные рынки. Финансовый рынок. Рынок рабочей силы. Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов — бумаги и др. Рынок информации и идей. Аспекты рыночной среды. Рынок периодических изданий. Территориальные аспекты информационного рынка. Местный рынок, региональный, межрегиональный, общенациональный, столичный, мировой. Роль сети Интернет.

Тема 3. Правовые организации информационного бизнеса

Предпосылки основания периодического издания. Правовые предпосылки. Регистрация СМИ. Правовые отношения учредителя, владельца, издателя, редакции. Проблемы собственности в информационном бизнесе. Владение периодическим изданием и его названием. Организационно-правовые формы организации информационного бизнеса. Государственное (муниципальное) учреждение. Автономная некоммерческая организация. Унитарное предприятие. Общество с ограниченной ответственностью. Общество с дополнительной ответственностью. Акционерное общество.

Российский капитал на информационном рынке. Процесс концентрации средств массовой информации. Издательско-производственное объединение. Издательский дом. Информационно-издательская компания. Информационный холдинг. Угроза монополизации информационного рынка. Иностранный капитал на российском информационном рынке.

Тема 4. Финансовая база 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

Расходная часть бюджета. Общередакционные расходы. Фонд оплаты труда. Системы оплаты труда журналистов. Издательские расходы. Литературный гонорар. Производственные расходы. Стоимость бумаги, типографских работ, распространения. Налоги. Доходная часть бюджета. Бюджет и баланс печатного периодического издания, его структура. Выручка от реализации тиража. Тиражная политика редакции. Оптимальный тираж издания. Доходы от публикации рекламы. Публикация частных объявлений. Издательская деятельность редакции. Выпуск приложений. Издание книжной литературы. Совместные издания. Коммерческая деятельность редакции. Аренда полос номера.

Реклама в периодическом издании

Реклама и бизнес. Понятие рекламной информации. Реклама и паблик рилейшнз. Рекламные издания. Бесплатная рекламная газета. Роль публикации рекламы в обеспечении доходов издания. Система публикации рекламных материалов: универсальная, специализированная, смешанная. Открытая и скрытая реклама.

Тема 5. Бизнес-план редакции

Бизнес-план в системе редакционного планирования. Цели, предмет и виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Необходимость обеспечения высокого уровня творческой и производственной деятельности работников редакции и ее экономической эффективности.

Тема 6. Редакционно-издательский маркетинг

Понятие маркетинга. Редакционно-издательский маркетинг: особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка, выбор сегмента. Позиционирование периодического издания: выбор информационной ниши, ее виды. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение целевой аудитории издания. Направления и методы изучения. Изучение возможностей продвижения издания на рынок (промоушн). Выбор времени его выхода на рынок. Конкуренция на рынке периодических изданий. Изучение конкурентного издания. Конкурентные ситуации на рынке. Наблюдение за своим изданием, его цели. Планирование маркетинга и его методы. Маркетинговые прогнозы. Пробный номер. Реклама издания. PR-акции. Маркетинговая кампания. Служба маркетинга. Бюджет маркетинга.

Тема 7. Ценовая политика редакции

Направления ценовой политики редакции. Роль спроса и предложения, конкуренции на рынке, маркетинговой информации. Ценовая политика в процессе сбыта издания. Ценовая политика и тираж издания. Оптимальная цена номера. Отпускная, каталожная, подписная цена издания. Договорная, свободная цена номера. Ценовая политика и реклама. Оптимальная цена рекламы. Наценки и скидки на рекламу, зависимость от ее объема, размещения, срочности публикации, цветности и др. Ценовая политика в процессе производства издания. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы

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. Служба редакционного менеджмента. Его структура и организация работы. Требования к менеджеру. Менеджер финансовый, по производству, персоналу, по маркетингу (маркетолог), по распространению и др.

Менеджмент и величина редакционного коллектива. Состав редакционного коллектива. Кадровая политика редакции. Источники редакционных кадров. Система найма работников. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Информационный центр, пресс-группа. Коммерческая часть редакционного коллектива, ее подразделения. Структура редакции периодического издания: бухгалтерия, отделы рекламы, объявлений, распространения,

экспедиция, информагентство, издательство и др. Формы и методы коммерческой деятельности редакции.
Управление редакционным коллективом
Система методов управления редакцией. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Направления функционирования редакции. Менеджмент и организация деятельности редакции, особенности моделирования и планирования издания. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции.

Тема 9. Распространение как завершающий этапа выпуска издания
Значение распространения как завершающего этапа процесса подготовки и выпуска издания. Стратегия распространения. Тактика распространения. 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. Оптовая продажа. Бесплатное распространение. Особенности распространения небольших местных изданий. Редакционная служба распространения. Организация ее работы. Рынок распространителей. «Роспечать» и системы альтернативного распространения. Распространители-посредники.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции, подготовку докладов, контактные консультации, использование активных и интерактивных форм проведения занятий:

- активный диалог (дискуссия),
- деловые и ролевые игры,
- разбор конкретных ситуаций,
- тренинги,
- проектирование.

Также на семинарских занятиях используются: обсуждение и защита рефератов по дисциплине; подготовка, представление и обсуждение презентаций; подготовка, представление и обсуждение докладов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают контрольные вопросы и задания, рефераты.

Формы промежуточной аттестации: зачет.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
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

В процессе освоения образовательной программы данные компетенции, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин, практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенции на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

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

Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний сути экономических процессов и экономических отношений, не имеет представления об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; не знает основы редакции.	Обучающийся демонстрирует неполные знания сути экономических процессов и экономических отношений, основ менеджмента редакции; неполные представления об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности. Допускаются значительные ошибки.	Обучающийся демонстрирует знание сути экономических процессов и экономических отношений, основы менеджмента редакции; имеет представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности. Допускает незначительные ошибки, испытывает незначительные затруднения при переносе знаний на нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полные знания сути экономических процессов и экономических отношений, основы менеджмента редакции; имеет представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности. Свободно оперирует приобретенными знаниями.

уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; не умеет учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся испытываетт затруднения в процессе ориентации в экономических аспектах функционирования СМИ; с трудом учитывает экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; допускает значительные ошибки при выполнении менеджерских функций в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует умение ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. При этом допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует умение ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; умеет учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. Свободно использует полученные умения в профессиональной деятельности.
владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в неполном объеме, владет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения умениями по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении умений в стандартных ситуациях.	Обучающийся владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п. Допускаются незначительные ошибки, обучающийся испытывает значительные затруднения при применении умений в нестандартных ситуациях.	Обучающийся в свободно и в полном объеме владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет. Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачёта проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине (модулю), при этом

учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине (модулю) методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Планирование работы редакции периодических изданий».

Шкала оценивания	**Описание**
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, умений приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, 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.
Не зачтено	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, умений приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература

1. Форсайт, П. Маркетинг в книгоиздании / П. Форсайт ; пер. с англ. Ю.В. Суровикова. - М. : Издательский дом "Университетская книга", 2008. - 221 с.
2. Соколова, И.С. Книжный маркетинг в издательстве : конспект лекций по спец. 030901.65 / И. С. Соколова ; М-во образования и науки РФ; МГУП. - М. : МГУП, 2010. - 60 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Бузин, В.Н. Медиапланирование: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по спец. "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2010. - 495 с.

7.3. Электронные образовательные ресурсы

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

7.4. Программное обеспечение:

Не требуется

7.5. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Статьи по маркетингу, менеджменту, финансам, управлению персоналом, опубликованные в специализированных журналах издательства. www.economicus.ru
2. Учебный портал по экономической теории, менеджменту, маркетингу, содержит информацию о величайших отечественных и зарубежных экономистах учетных, электронные учебники. www.informika.ru
3. Справочно-правовая система. Законодательная база, нормативно-правовое обеспечение, статьи. www.biblioclub.ru
4. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека-online». www.iqlib.ru

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория для лекционных занятий № 4907 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы, стулья, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

Аудитория для семинарских занятий № 4902, 4903 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы учебные со стульями, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

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.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ОБУЧАЮЩИМСЯ

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; - Проведение практических занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы; - 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. Для более глубокого изучения предмета преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам дисциплины. Рекомендуется работа с первоисточниками.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

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 рабочего учебного плана по направлению 42.03.02 «Журналистика».

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

Целесообразные к применению в рамках дисциплины «Планирование работы редакции периодических изданий» образовательные технологии изложены в п. 5 настоящей рабочей программы.

Примерные варианты заданий для промежуточного контроля и перечень контрольных вопросов по дисциплине представлены в соответствующих подпунктах приложения 1 рабочей программы.

Перечень основной и дополнительной литературы приведен в п.7 настоящей рабочей программы.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.02. «Журналистика», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 8 июня 2017 г., № 524.

Программу составила:

К.э.н., доцент Е.Е. Егорова

Программа утверждена на заседании кафедры журналистики и массовых коммуникаций имени М.Ф. Ненашева

«27» июня 2022 г., протокол № 11.

Зав. кафедрой, к.ф.н., доцент Е.В. Перевалова

Приложение 1 к
рабочей программе

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Направление подготовки: 42.03.02 «Журналистика»

ОП (профиль): «Периодические издания и мультимедийная журналистика»
«Деловая журналистика»

Формы обучения: очная, заочная
Профессиональные задачи следующих типов (В соответствии с ФГОС ВО)
- авторский;
- редакторский;
- проектный;
- организационный.

Кафедра: ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
имени М.Ф. НЕНАШЕВА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Планирование работы редакции периодических изданий»

Составитель: **доцент, к. э. н. Е.Е. Егорова**

Москва, 2022 год

Таблица 1

ПОКАЗАТЕЛЬ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ

ФГОС ВО 42.03.02. «Планирование работы редакции периодических изданий»

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие **общепрофессиональные компетенции**:

КОМПЕТЕНЦИИ		Перечень компонентов	Технология формирования компетенций	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
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	Знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции; Уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования редакции; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. Владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	**Промежуточный контроль:** зачет **Текущий контроль:** опрос на практических занятиях; контрольная работа; реферат	**Базовый уровень** - способен анализировать социально- значимые проблемы и процессы в стандартных учебных ситуациях **Повышенный уровень** - способен анализировать актуальные социально- значимые проблемы и процессы на основе анализа исторических источников и новейших теорий

Перечень оценочных средств по дисциплине

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Коллоквиум (К)	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования педагогического работника	Вопросы по темам/разделам дисциплины
2	Контрольная работа (К/Р)	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий по вариантам
3	Реферат (Р)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно- исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.	Темы рефератов

2. Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

2.1 Критерии оценки ответа на зачете

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				
Показатель	**Критерии оценивания: зачет**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний:суть экономических процессов и экономических отношений, иметь	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий

различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции	с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;
уметь:ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет уметь:ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: уметь:ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: уметь:ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений:уметь:ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.
владеть:методикам и формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в неполном объеме, владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п. допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей, испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в полном объеме владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.

Шкала оценивания	Описание
Зачтено (баллы 3,4,5)	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, умений приведенным в таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, 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.
Не зачтено (балл 2)	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, умений приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, умений по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Вопросы к зачету

Вопросы для проверки уровня обученности ЗНАТЬ:

Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.

Инновации, их виды и роль в развитии редакции. 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 иные методы ценообразования.

Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно- правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.

Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ. Специфический товар СМИ. Медиабизнес и обслуживающая модель СМИ

Основные и оборотные фонды предприятия – 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.

Бизнес-план редакции, его структура. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.

Вопросы (задачи/задания) для проверки уровня обученности УМЕТЬ:

Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка. Инновации, их виды и роль в развитии редакции. Торговая марка, товарный знак, «брэнд» и их продвижение. Специфика в СМИ. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж. цены.

Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса. Затратный и иные методы ценообразования

Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ. Маркетинговый и рекламный бюджет. Понятия

издержек и себестоимости продукции.

Структура затрат (основные статьи расходов редакции).

Понятие менеджмента редакции и его функции. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции

Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.

Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.

Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление. Понятие логистики и ее применение в СМИ.

Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»). Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.

Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая при- быль. Распределение чистой прибыли.

Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ, виды налогов и внебюджетные фонды. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли

Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.

Вопросы (задачи/задания) для проверки уровня обученности ВЛАДЕТЬ:

Роль главного редактора, его управленческие обязанности. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.

Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.

Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ). Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.

Методы стимулирования сбыта периодических изданий (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).

Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций.

Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.

Коммерческий расчет и эффективность предприятия. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства.

Точка безубыточности и критический объем производства. Составляющие комплекса маркетинга.

Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы). Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиарынке.

2.2 Критерии оценки коллоквиума (формирование компетенции ОПК-5)

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				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**

знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;
уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.
владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками: владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в неполном объеме, владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.допускаются значительные ошибки, проявляется	Обучающийся частично владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в полном объеме владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.

		недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.		

Вопросы для коллоквиумов, собеседования

1. Журналистская информация как товар.
2. Средства массовой информации и экономический фактор. Информационный рынок.
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. Менеджмент и периодическое издание
29. Распространение периодического издания.
30. Менеджмент и бизнес-план редакции

2.3 Критерии оценки контрольной работы (формирование компетенции ОПК-5)

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				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**

знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента редакции;
уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: уметь ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: уметь ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.
владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками: владение методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики,	Обучающийся в неполном объеме, владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.допускаются	Обучающийся частично владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в полном объеме владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.

	рекламной деятельности и т.п.	значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.		

Комплект вопросов 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. Экономические принципы редакционной деятельности.
13. Менеджмент и редакция

2.4 Критерии оценки рефератов, докладов, сообщений

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				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
знать: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих знаний: суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы

менеджмента редакции;	формами собственности; основы менеджмента редакции;	собственности; основы менеджмента редакции;	различными формами собственности; основы менеджмента редакции;	менеджмента редакции;
уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: уметь: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.
владеть: методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет навыками: владеть методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в неполном объеме, владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся в полном объеме владеет методиками формирования бюджета газетных или журнальных редакций, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.

Темы
рефератов, докладов, сообщений

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий 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.