Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 06.09.2023 16:35:18
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ 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

«Рынок деловых СМИ России»

Направление подготовки

42.03.02. «Журналистика»

Профиль подготовки

«Деловые СМИ»

Квалификация (степень) выпускника

Бакалавр

Форма обучения

Очная

Москва — 2022

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Настоящая рабочая 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 «Рынок деловых СМИ России».

Цель изучения дисциплины «Рынок деловых СМИ России» - формирование представления о механизме функционировании рынка деловых СМИ в рамках современной медиаиндустрии.

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

- формирование целостного представления о предприятиях массмедиа работающих на рынке деловых СМИ,
- рассмотреть проблемы выпуска и распространения изданий;
- сформировать образовательный фундамент достаточный как для определения типа издания, так и для анализа места деловых СМИ на современном рынке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Рынок деловых СМИ России» является дисциплиной модуля «Бизнес-компетенции» образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Экономика», «Планирование работы редакции мультимедийного средства массовой информации», «Продвижение печатных и электронных СМИ», «Кроссмедийные технологии продвижения контента», «Управление персоналом в мультимедийной редакции», «Актуальные проблемы современности и журналистика», Профессионально-творческая практика.

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

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

Коды компетенции	**Результаты освоения ОП** ***Содержание компетенций****	**Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-1	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	**Знать:** - суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента в деловых СМИ; - основную роль деловых СМИ в жизни общества, как важнейшего механизма, обеспечивающего его полнокровное существование и развитие;

		Уметь: - формировать генерирующую и интегрирующую функции деловых СМИ в условиях радикальных общественных преобразований в сфере важнейших социальных процессов, активного воздействия на политическое, экономическое развитие общества; становление деловых СМИ как важнейшего действующего лица перемен; - ориентироваться в экономических аспектах функционирования деловых СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. **Владеть:** - методиками формирования реальных процессов организации деловых СМИ и основными навыками их классификации и типологического анализа. - методиками формирования бюджета деловых СМИ, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы.

Форма обучения	**Курс**	**семестр**	**Трудоемкость дисциплины в часах**							**Форма итогового-го контроля**
			Всего час./ зач. ед	**Аудиторных часов**	**Лекции**	**Семинарские (практические) занятия**	**Лабораторные работы**	**Самостоятельная работа**	**Контроль (промежуточная аттестация)**	
Очная	2	3	108/3	54	18	36	-	54		Зачет
Очно-заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Заочная	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего	Семестры

	часов	1	2	3	4
Аудиторные занятия (всего)	54			54	
В том числе:	-	-	-	-	
Лекции	18			18	
Практические занятия (ПЗ)					
Семинары (С)	36			36	
Лабораторные работы (ЛР)					
Самостоятельная работа (всего)	54			54	
В том числе:	-	-	-	-	-
Курсовой проект (работа)					
Расчетно-графические работы					
Реферат					
Подготовка к практическим занятиям (семинарам)	54			54	
Вид промежуточной аттестации (зачет)					
Общая трудоемкость 108 час	108			108	
3 зач. ед.	3			3	

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Социальная роль деловых СМИ
Основной понятийный аппарат курса. Средства массовой информации как разновидность социальной информации. СМИ как специфический социальный институт. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».

2. Специфика рынка деловых СМИ
Деловые СМИ в экономической системе страны. Открытые и закрытые рынки СМИ. Географический рынок деловых СМИ. Национальные, региональные и местные деловые СМИ. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Сектора рынка деловых СМИ. Деловые СМИ пассивного и активного потребления. Старые и новые деловые СМИ. Конвергенция и мультимедиа. Депрофессионализация деловых СМИ. Деловые СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке деловых СМИ. Конкуренция на рынке деловых СМИ. Аудитория журналов и традиции чтения. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий.

3. Зарубежные рынки СМИ
Обзор зарубежных рынков деловых СМИ. Особенности газетной индустрии в отдельных странах (США, Великобритания, Финляндия, Франция, Германия). Структура газетных рынков. Государственная политика государства в отношении деловых СМИ. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран.

4. Российские деловые СМИ в условиях рыночных отношений

Основные тенденции и процессы, происходящие в деловых СМИ России под влиянием рыночных отношений. Особенности информационных процессов в России: влияние рыночных монополий (бумажное производство, распространение печати); образование крупных информационных компаний (олигархических), холдингов; слабая нормативная и правовая обустроенность информационного пространства; несовершенство гражданского общества, находящегося в стадии становления.

5. Рынок деловых газет и журналов

Деловые ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые деловые газеты. Общенациональные и региональные деловые газеты. Аудитория деловых газет и традиции чтения. Особенности деловой журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент глянцевых журналов. Сегмент специализированных журналов (B2B, B2C, B2P). Аудитория журналов и традиции чтения. Полиграфические мощности. Тираж деловых печатных изданий. Анализ негативных и позитивных тенденций и общая ситуация становления (в течение последнего десятилетия) российского рынка деловых газет и журналов.

6. Распространение периодической печати

Подписка и розничная реализация. Дистрибуция деловых печатных изданий. Нынешняя ситуация рынка распространения деловой прессы в России и за рубежом. Основные составляющие успешного медиабизнеса. Роль распространения в структуре медиабизнеса. Монополизация на этапе распространения печатных СМИ. Негативные моменты отечественной практики распространения печатной продукции. Варианты решения основных проблем распространения на примере зарубежных рынков печатных СМИ.

7. Рынок рекламы российских СМИ

Понятие рекламной экосистемы. Обзор основных рекламоносителей на российском и зарубежных рынках. Доля в них деловых СМИ России. Виды рекламы в СМИ по типам медианосителей. Реклама в газете. Реклама в журналах. Реклама в аудиовизуальных СМИ. Обзор основных рекламодателей (по отраслям, ТОП 10 крупнейших рекламодателей). Основные тенденции на рынке рекламы. Прогнозы развития рынка рекламы и рекламы в СМИ.

8. Электронные и печатные деловые СМИ

Понятие электронных деловых СМИ. Основные этапы развития интернета. Роль деловых СМИ на каждом этапе развития. Основные этапы интернет политики деловых СМИ. Конвергентные СМИ. Преимущества и недостатки конвергентных СМИ. Экономика конвергентных СМИ. Основные тенденции на рынке электронных деловых СМИ. Прогнозы развития деловых СМИ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины «Рынок деловых СМИ России» и реализация комплексного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции, лекции-обсуждения, проблемные лекции, подготовку докладов, подготовку творческих индивидуальных и групповых проектов, ведения дневника мониторинга новостей, помощь в подборе источников для эффективной работы в проектных группах. Семинарские занятия в виде докладов, обсуждений, разбора подготовленных дома домашних заданий (по результатам анализа архива радиопрограмм и актуальных программ в эфире радио).

Предусмотрены мастер-классы экспертов и специалистов.

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

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости: контрольные работы, творческие проекты и эссе. Оценочные средства текущего и промежуточного контроля успеваемости включают тематику контрольных работ, рефератов, эссе, контрольные вопросы.

Форма промежуточной аттестации: зачет в форме тестирования и устного собеседования.

Примерная тематика контрольных работ, рефератов, эссе, образцы контрольных вопросов для проведения промежуточного контроля представлены в приложении 1.

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
ПК-1	Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики

В процессе освоения образовательной программы данных компетенций, 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.

ПК-1 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
Знать: суть экономических процессов и экономических	Обучающийся не знает или в недостаточной степени знает стадии	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний о стадиях	Обучающийся демонстрирует соответствие полученных знаний по	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний о стадиях

отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента в деловых СМИ; - основную роль деловых СМИ в жизни общества, как важнейшего механизма, обеспечивающего его полнокровное существование и развитие;	реализации медиапроектов , а также не имеет представления об основах тайм-менеджмента. .	реализации медиапроектов , при этом имеет некоторое представление об основах тайм-менеджмента	стадяим реализации медиапроектов , и при этом имеет достаточное представления об основах тайм-менеджмента Знания получены, но допускаются незначительные затруднения при ответах.	реализации медиапроектов , при этом хорошее представления об основах тайм-менеджмента. . Свободно оперирует приобретенными знаниями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Уметь: - формировать генерирующую и интегрирующую функции деловых СМИ в условиях радикальных общественных преобразований в сфере важнейших социальных процессов, активного воздействия на политическое, экономическое развитие общества; становление деловых СМИ как важнейшего действующего лица перемен; - ориентироваться в экономических аспектах функционирования деловых СМИ; учитывать	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш . Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей.				
Владеть: процессов организации деловых СМИ и основными навыками их классификации и типологического анализа. - методиками формирования бюджета деловых СМИ, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет - методиками самоорганизации и т.п.	Обучающийся в неполном объеме владеет – методиками самоорганизации и т.п.	Обучающийся частично владеет - методиками самоорганизации. .	Обучающийся в полном объеме владеет - методиками самоорганизации.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: зачет.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, 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 методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется отметка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только студенты, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине.

Шкала оценивания	**Описание**
Зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, умениям приведенных 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, приведены в таблицах 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.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература

Особенности учета и экономического анализа деятельности издательств и редакций СМИ, практикум для студентов бакалавриата, - М.,Московский Политех,2018;121 с.

Система СМИ : практикум / авт.-сост. Е.В. Струкова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования «Северо-Кавказский федеральный университет». – Ставрополь : СКФУ, 2015. – 98 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=458304

Дополнительная литература

Вартанова, Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: учебное пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 335 с.

Экономика и менеджмент СМИ: методические указания по изучению дисциплины для студентов. - М.: МГУП имени Ивана Федорова, 2012. - 23 с.

Особенности учета и экономического анализа деятельности издательств и редакций СМИ: практикум для студентов бакалавриата. - М.: Московский Политех, 2018. - 121 с.

Электронные образовательные ресурсы

В разработке.

Программное обеспечение

не требуется

Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

поисковые системы Rambler, Google, Yandex, используется библиотека газетных публикаций (традиционная или электронная)

Документы

Федеральные Законы:

"О средствах массовой информации",
"Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления",
"Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации",
"О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами",
"О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации",
"О рекламе",
"О чрезвычайном положении",
"О военном положении",
"О противодействии терроризму",
"О противодействии экстремистской деятельности",

"Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в референдуме граждан Российской Федерации",
"О референдуме Российской Федерации",
"О выборах Президента Российской Федерации",
"О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации".
Кодекс профессиональной этики Союза профессиональных журналистов (США),
Кодекс профессиональной этики журналиста (Россия).

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Факультет журналистики МГУ: http://www.journ.msu.ru/
Национальный институт прессы: http://www.pdi.ru
Союз журналистов России: http://www.ruj.ru/
Официальный сайт Андрея Константинова – руководителя АЖУР – агентства журналистских расследований: http://www.akon-stantinov.spb.ru/bio.html
Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»: http://ecsocman.edu.ru/
«Медиаскоп» – портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования: http://www.mediascope.ru/
МедиаАтлас (современный срез российской системы СМИ, новости медиаиндустрии): http://media-atlas.ru

9. 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.

Аудитории для лекционных и семинарских занятий №№ 4902, 4903 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы и стулья, 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.

10. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку навыков самостоятельной работы по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ

Лекционный курс строится не на абстрактно-теоретической базе научных представлений, а на их тесной взаимосвязи теоретических обобщений с современным опытом радиовещания в СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ, отрабатывается подача аудиматериала будущими журналистами. Студенты учатся владеть своим голосом, расставлять интонационные ударения. Выполняются практические задания и контрольные работы по теоретической части.

Темы семинаров построены в соответствии с лекционным материалом, они расширяют и закрепляют знания студентов. Рекомендуется на семинарах прослушивать

доклады проблемного характера. Желательно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, докладчик должен рассказывать, а не читать свой материал. 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. По каждому докладу преподаватель должен сделать выводы, которые обобщат материал доклада с одной стороны и помогут закреплению знаний с другой.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

При выборе темы контрольной работы необходимо ознакомиться со списком контрольных работ и согласовать тему контрольной работы с ведущим преподавателем.

Рекомендуется также проводить регулярно запланированные мини-контрольные, проверять самостоятельную работу студентов. Помогать студентам в отборе литературы. Тесты также способствуют закреплению материала.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

В качестве средств промежуточного контроля могут быть использованы коллоквиумы. Проводится тестирование.

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:



Ст. преподаватель Н.Ю. Прыгина

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

«__» июня 2022 г., протокол № ___.



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

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

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): «Деловая журналистика»

Форма обучения: очная

Профессиональные задачи следующих типов (В соответствии с ФГОС ВО)

- авторский;
- редакторский;
- проектный.

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

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

ПО ДИСЦИПЛИНЕ

«Рынок деловых СМИ России»

Состав:

1. Показатели уровня сформированности компетенции
2. Перечень оценочных средств по дисциплине
3. Вопросы к зачету
4. Тематика докладов, сообщений
5. Тематика контрольных работ
6. Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов

Составитель: Н.Ю. Прыгина, ст. преподаватель.

Москва, 2022 год

1. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

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

ПК-1 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
Знать: - суть экономических процессов и экономических отношений, иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности; основы менеджмента в деловых СМИ; - основную роль деловых СМИ в жизни общества, как важнейшего механизма, обеспечивающего его полнокровное существование и развитие; **Уметь:** - формировать генерирующую и интегрирующую функции деловых СМИ в условиях радикальных общественных преобразований в сфере важнейших социальных процессов, активного воздействия на	лекция, самостоятельная работа, семинарские занятия	Доклады, сообщения, дискуссии.	Базовый уровень: Знания получены, но допускаются незначительные затруднения при ответах. Умеет анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш Обучающийся частично владеет - методиками самоорганизации. Повышенный уровень: Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Обучающийся в полном объеме владеет - методиками самоорганизации.

политическое, экономическое развитие общества; становление деловых СМИ как важнейшего действующего лица перемен; - ориентироваться в экономических аспектах функционирования деловых СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. **Владеть:** - методиками формирования реальных процессов организации деловых СМИ и основными навыками их классификации и типологического анализа. - методиками формирования бюджета деловых СМИ, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.			

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

№	Наименование оценочного средства		Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Доклад, сообщение	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой		Темы докладов,

	(ДС)	публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно- практической, учебно-исследовательской или научной темы	сообщений
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	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов

ПК-1 - Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики					
Перечень компонентов	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**ЗАЧЕТ**			
		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 в деловых СМИ; - основную роль деловых СМИ в жизни общества, как важнейшего	1-8 разделы	Обучающийся не знает или в недостаточной степени знает стадии реализации медиапроектов , а также не имеет представления об основах тайм-менеджмента Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш Обучающийся	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний о стадиях реализации медиапроектов , при этом имеет некоторое представление об основах тайм-менеджмента Обучающийся демонстрирует неполное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш. Допускаются	Обучающийся демонстрирует соответствие полученных знаний по стадяим реализации медиапроектов , и при этом имеет достаточное представления об основах тайм-менеджмента Знания получены, но допускаются незначительные затруднения при ответах. Обучающийся демонстрирует частичное соответствие следующих умений: - анализировать информационный рынок на	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний о стадиях реализации медиапроектов , при этом хорошее представления об основах тайм-менеджмента. Свободно оперирует приобретенными знаниями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Обучающийся демонстрирует полное соответствие следующих умений: анализировать информационный рынок на предмет наличия

механизма, обеспечивающего его полнокровное существование и развитие; **Уметь:** - формировать генерирующую и интегрирующую функции деловых СМИ в условиях радикальных общественных преобразований в сфере важнейших социальных процессов, активного воздействия на политическое, экономическое развитие общества; становление деловых СМИ как важнейшего действующего лица перемен; - ориентироваться в экономических аспектах функционирования деловых СМИ; учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности; выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей. **Владеть:**		не владеет или в недостаточной степени владеет - методиками самоорганизации и т.п.	значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании умениями при их переносе на новые ситуации. Обучающийся в неполном объеме владеет – методиками самоорганизации и т.п.	предмет наличия свободных ниш. Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на новые, нестандартные ситуации. Обучающийся частично владеет - методиками самоорганизации	свободных ниш Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Обучающийся в полном объеме владеет - методиками самоорганизации.

Методиками формирования процессов организации деловых СМИ и основными навыками их классификации и типологического анализа. - методиками формирования бюджета деловых СМИ, разработки финансовой и ценовой политики, рекламной деятельности и т.п.					

3. ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

<u>Вопросы для проверки уровня обученности (ЗНАТЬ)</u>:

3. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
4. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»
5. Назовите основные тенденции и процессы, происходящие в СМИ под влиянием рыночных отношений.
6. Какие объективные условия способствуют относительно благоприятной тенденции в развитии печатной периодики?
7. Рост и падение тиражей какого типа изданий наблюдается в последние годы?
8. В чем состоят проблемы распространения деловых периодических изданий?
9. Как изменяется рынок рекламы деловых печатных СМИ?
10. Назовите общее и различное в электронных и печатных деловых СМИ?
11. На кого и почему ориентируется деловое печатное издание сегодня: на издателя или читателя? Каковы последствия такой ориентации?
12. Каковы, на Ваш взгляд, особенности отношений власти и СМИ в современной России? Что при этом приобретает и что теряет читатель?
13. Кто способен разрешить проблему "кризиса чтения", почему и каким образом?
14. Является ли саморегулирование СМИ реальным способом изменения отношений между журналистикой и обществом?

<u>Вопросы для проверки уровня обученности (УМЕТЬ)</u>:

1. Анализ секторов рынка деловых СМИ. Деловые СМИ пассивного и активного потребления
2. Анализ старых и новых деловых СМИ. Конвергенция и мультимедиа
3. Анализ деловых ежедневных газетных изданий
4. Анализ деловых еженедельников
5. Анализ деловой журнальной прессы России
6. Анализ рекламно-информационной прессы

7. Особенности журнальной глянцевой индустрии
8. Анализ отраслевых журнальных изданий
9. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ
10. Особенности индустрии деловых онлайновых СМИ
11. Структура рекламного рынка.
12. Коммуникация с аудиторией

Вопросы для проверки уровня обученности (ВЛАДЕТЬ):

Творческое задание.
Примеры творческих заданий:

Охарактеризуйте типоформирующие признаки делового СМИ. Дайте характеристику положения данного СМИ на медиарынке.

Выбор издания определяется методом случайной выборки. Студентам предоставляется папка, в котором хранятся pdf версии газет и журналов.

4. ТЕМАТИКА ДОКЛАДОВ, СООБЩЕНИЙ

1. Обзор столичного рынка деловой ежедневной прессы
2. Обзор регионального рынка деловой прессы
3. Обзор российского рынка деловой журнальной периодики
4. Обзор столичного ранка деловых аудиовизуальных СМИ
5. Обзор рынка отраслевой прессы

5. ТЕМАТИКА КОНТРОЛЬНЫХ РАБОТ

Примерные темы для контрольной работы № 1:

Что такое типоформирующие признаки деловых изданий?
Дайте характеристику целевой аудитории деловых СМИ

Примерные темы для контрольной работы № 2:

Принципы обратной связи с аудиторией деловых СМИ
Принципы перехода деловых изданий из печатной версии в цифровой формат

Примерные темы для контрольной работы № 3:

Проблема выбора тематики делового издания – что сегодня в цене?
Как деловую газету сделать современной и читаемой?

6. ПЕРЕЧЕНЬ ДИСКУССИОННЫХ ТЕМ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ КРУГЛОГО СТОЛА, ДИСКУССИИ, ПОЛЕМИКИ, ДИСПУТА, ДЕБАТОВ

1. Рынок деловых печатных СМИ и он-лайн издания. Вчера. Сегодня. Завтра.
2. Роль деловых в политической жизни.
3. Успех деловых СМИ и его взаимосвязь со сферой морально-этических норм деятельности журналиста.