

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.14 Медиаменеджмент
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль):	Управление медиакоммуникациями
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Формирование знаний по основам медиаменеджмента в условиях рыночных отношений; формирование умений и навыков принятия экономически обоснованных управленческих решений с рациональным использованием ресурсов организаций различных СМИ.

Задачи дисциплины:

Сформировать базовые представления о месте, занимаемом связями с общественностью в коммуникационном обеспечении деятельности современной организации, и роли которую играют Медиаменеджмент в PR-коммуникации;

Сформировать общие профессиональные компетенции в сфере организации взаимодействия между организацией и средствами массовой информации;

Сформировать компетенции в сфере подготовки и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;

Сформировать представления о специфике современного медиапроизводства;

Ознакомить с технологиями менеджмента новостей;

Выработать навыки создания PR-текстов, предназначенных для прессы;

Выработать навыки проведения мероприятий для журналистов;

Выработать навыки подготовки и проведения публичных мероприятий, адресованных различным целевым аудиториям.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-1 Способен осуществлять планирование и организацию работы редакции	ПК-1.1 Знает гражданское законодательство РФ, основы планирования и организации внутриорганизационной логистики, маркетинговые технологии, технологии эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	06.009 Профессиональный стандарт «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации»
	ПК-1.2 Осуществляет планирование мероприятий по продвижению медиапродукции, планирование расходов на их проведение, разработку стратегии маркетинга и комплекса маркетинговых коммуникаций в сфере медиа, анализирует большой объем информации с использованием современных инфокоммуникационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом.	
	ПК-1.3 Способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, а также представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству.	

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-2 Способен осуществлять планирование собственной профессиональной деятельности и отслеживать информационные поводы для формирования будущего материала	ПК-2.1 Знает источники достоверной информации, технологии и ме-тоды ее сбора, информационную специализацию СМИ, прие-мы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планирова-нию журналистской работы, профессиональную этику журна-листской деятельности, а также правила охраны труда, произ-водственной санитарии и пожарной безопасности.	11.003 Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации»
	ПК-2.2 Осуществляет разработку актуальных тем в соответствии с интересами целевой аудитории, в том числе использует мето-ды и приемы эффективных коммуникаций, анализирует боль-шой объем информации с использованием современных ИКТ и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответ-ствии с требованиями организации и технологическим про-цессом.	
	ПК-2.3 Способен участвовать в планировании деятельности редак-ции, самостоятельно осуществлять поиск событий и фактов как основы материала, согласовывать темы материала с ре-дакцией, в том числе выполнять редакционное задание и про-изводить сбор информации в соответствии со своей специали-зацией, изучать специфику освещаемой темы, определять сю-жетную линию материала, а также участвовать в разработке графика работ по полученным редакционным заданиям.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.1. Знает гражданское законодательство РФ, основы планирова-ния и организации внутриорганизационной логистики, марке-тинговые технологии, технологии эффективной работы на рынке и оценки конкурентоспособности, принципы и подходы к организации и планированию журналистской работы, про-фессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и по-жарной безопасности.	Знает основы гражданского законодательства, технологии и технику планирования и внутриорганизационной логистики. Знает основы маркетинга, маркетинговых технологий и коммуникаций, методы анализа конкурентоспособности. Соблюдает принципы и методы журналистской работы, профессиональной этики журналиста, правила охраны труда, санитарии и пожарной безопасности в профессиональной деятельности..
ПК-1.2. Осуществляет планирование мероприятий по продвижению медиапродукции, планирование расходов на их проведение, разработку стратегии маркетинга и комплекса маркетинго-вых коммуникаций в сфере медиа, анализирует большой объ-ем информации с использованием современных инфокоммуни-кационных технологий (ИКТ) и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями орга-низации и технологическим процессом.	Профессионально планирует PR-мероприятия по всем видам медиапродукции, осуществляет их бюджетирование, разрабатывает маркетинговые стратегии и тактики в сфере медиа. Профессионально применяет разные виды анализа больших объемов материала, в том числе с применением ИКТ. Соблюдает основы тайм-менеджмента на всех этапах работ с учетом требований организации и технологии процесса.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-1.3. Способен выполнять функции по разработке общей концепции и планированию деятельности редакции, согласованию и внедрению маркетинговой стратегии, включая ценовую политику и формирование проекта бюджета на реализацию мероприятий по продвижению медиапродукции, а также представляет проекты управленческих решений по продвижению медиапродукции руководству.	Выполняет полный функционал по разработке концепции деятельности редакции и планирует на основе данной концепции работу редакции. Согласует и внедряет маркетинговую стратегию с обоснованием ценовой политики, бюджетирования спланированных мероприятий. Разрабатывает и презентует управленческие проекты по продвижению медиапродуктов руководству.
ПК-2.1. Знает источники достоверной информации, технологии и методы ее сбора, информационную специализацию СМИ, приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы, профессиональную этику журналистской деятельности, а также правила охраны труда, производственной санитарии и пожарной безопасности.	Знает технологию и технику создания журналистских публикаций, принципы работы с источниками информации и методы ее сбора, знает задачи и методы профессиональной журналистики и профессиональной этики, а также знает источники достоверной информации и методы работы с ней
ПК-2.2. Осуществляет разработку актуальных тем в соответствии с интересами целевой аудитории, в том числе использует методы и приемы эффективных коммуникаций, анализирует большой объем информации с использованием современных ИКТ и средств связи, соблюдает тайм-менеджмент работ в соответствии с требованиями организации и технологическим процессом.	Профессионально осуществляет работу по определению актуальной тематики СМИ с учетом потребностей целевой аудитории, а также применяет эффективные коммуникационные технологии, принципы сбора необходимой информации для подготовки собственного материала. Анализирует большие объемы информации с применением ИКТ, соблюдает сроки выполнения всех этапов и видов работ в соответствии с требованиями организации и технологическими процессами.
ПК-2.3. Способен участвовать в планировании деятельности редакции, самостоятельно осуществлять поиск событий и фактов как основы материала, согласовывать темы материала с редакцией, в том числе выполнять редакционное задание и производить сбор информации в соответствии со своей специализацией, изучать специфику освещаемой темы, определять сюжетную линию материала, а также участвовать в разработке графика работ по полученным редакционным заданиям.	Успешно выполняет планирование деятельности редакции, при этом также профессионально осуществляет поиск событий и фактов как основы журналистских и публикационных материалов. Ведет согласование тематики материалов с редакцией. Профессионально изучает специфику освещаемой темы, полученной по заданию редакции, определяет сюжетные линии, разрабатывает и реализует график работ по подготовке и выпуску материалов.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-2.1	ПК-1.2 ПК-2.2	ПК-1.3 ПК-2.3
1	Медиаменеджмент: определение понятия	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
2	Экономика и менеджмент СМИ	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-1.1 ПК-2.1	ПК-1.2 ПК-2.2	ПК-1.3 ПК-2.3
3	Продукт СМИ, как товар медиарынка	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
4	Основы и методы редакционного менеджмента	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
5	Кадровый медиаменеджмент	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
6	Моделирование и планирование работы редакции	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
7	Составление бизнес-плана в системе медиапланирования	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
8	Этика менеджмента СМИ	ПК-1 ПК-2	Доклад, сообщение/ Реферат №2 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №2 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Медиаменеджмент: определение понятия Менеджмент СМИ как комплексная сфера, представляющая как социальный, так и экономический институт. Управление СМИ как социальной системой макроуровень. Управление предприятиями СМИ микроуровень. Практические занятия/самостоятельная работа: Менеджмент СМИ как комплексная сфера, представляющая как социальный, так и экономический институт. Управление СМИ как социальной системой макроуровень. Управление предприятиями СМИ микроуровень. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Экономика и менеджмент СМИ Специфика медиарынков США, Великобритании, Германии, Франции, Италии или Скандинавии в сравнении с российским. Особенности менеджмента СМИ в условиях разных экономических систем. Практические занятия/самостоятельная работа: Специфика медиарынков США, Великобритании, Германии, Франции, Италии или Скандинавии в сравнении с российским. Особенности менеджмента СМИ в условиях разных экономических систем. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Продукт СМИ, как товар медиарынка Информация и товар: две точки зрения. Информация и социальное благо, и предмет культуры, принадлежащий всем людям. Коммерческие медиапредприятия представляют информацию как товар на рынок. Зритель/читатель/покупатель. Рекламодатель /посредник. Изучение спроса аудитории, залог, прибыли. Основные потребности зрителя: информировать, развлекать и образовывать, удовлетворяет конечный продукт телевидения, контент СМИ. Обязательные свойства товара с точки зрения экономической теории: потребительная стоимость, полезность и ценность. Специфика стоимости, полезности и ценности журналистской информации.</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Практические занятия/самостоятельная работа: Информация и товар: две точки зрения. Информация и социальное благо, и предмет культуры, принадлежащий всем людям. Коммерческие медиапредприятия представляют информацию как товар на рынок. Зритель/читатель/покупатель. Рекламодатель /посредник. Изучение спроса аудитории, залог, прибыли. Основные потребности зрителя: информировать, развлекать и образовывать, удовлетворяет конечный продукт телевидения, контент СМИ. Обязательные свойства товара с точки зрения экономической теории: потребительная стоимость, полезность и ценность. Специфика стоимости, полезности и ценности журналистской информации.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Основы и методы редакционного менеджмента Служба экономического менеджмента. Генеральный менеджер. Финансовый менеджер. Менеджер по развитию. Менеджер по маркетингу. Взаимодействие редколлегии и менеджера СМИ. Общие и специальные требования к менеджеру СМИ. Способность к анализу. Способность быстро принимать решения. Концептуальность менеджера СМИ. Менеджер СМИ, творческий работник и обладатель экономического мышления. Редакционный менеджер, как представитель направления паблик рилэйшнс. Высший уровень менеджмента - директорат, продюсер. Средний уровень менеджмента, руководители творческих подразделений редакции: ее отделов, технических и коммерческих служб. Низший уровень менеджмента - руководители временных групп и других структур, создаваемых для выполнения конкретных творческих и организационных заданий. Управление коллективами. Политические, правовые, организационные (административные), психологические и экономические методы управления редакцией. Основные экономические методы управления коллективом. Факторы выбора методов управления редакцией</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Служба экономического менеджмента. Генеральный менеджер. Финансовый менеджер. Менеджер по развитию. Менеджер по маркетингу. Взаимодействие редколлегии и менеджера СМИ. Общие и специальные требования к менеджеру СМИ. Способность к анализу. Способность быстро принимать решения. Концептуальность менеджера СМИ. Менеджер СМИ, творческий работник и обладатель экономического мышления. Редакционный менеджер, как представитель направления паблик рилэйшнс. Высший уровень менеджмента - директорат, продюсер. Средний уровень менеджмента, руководители творческих подразделений редакции: ее отделов, технических и коммерческих служб. Низший уровень менеджмента - руководители временных групп и других структур, создаваемых для выполнения конкретных творческих и организационных заданий. Управление коллективами. Политические, правовые, организационные (административные), психологические и экономические методы управления редакцией. Основные экономические методы управления коллективом. Факторы выбора методов управления редакцией.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Кадровый медиаменеджмент Факторы, влияющие на успешность работы СМИ. Системность работы редакции. Ритмичность и цикличность выпуска программ. Редакция как взаимосвязанная система. Последовательность, повторяемость, готовность к установленному сроку закладывают ритмичность и цикличность работы редакции.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Факторы, влияющие на успешность работы СМИ. Системность работы редакции. Ритмичность и цикличность выпуска программ. Редакция как взаимосвязанная система. Последовательность, повторяемость, готовность к установленному сроку закладывают ритмичность и цикличность работы редакции.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Моделирование и планирование работы редакции Разработка модели структуры работы СМИ - одна из предпосылок успеха в конкурентной борьбе после вы-хода на рынок. Содержательно-тематическая модель. Композиционная модель. Графическая модель.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Разработка модели структуры работы СМИ - одна из предпосылок успеха в конкурентной борьбе после выхода на рынок. Содержательно-тематическая модель. Композиционная модель. Графическая модель.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 7: Составление бизнес-плана в системе медиапланирования Бюджет редакции. Бизнес-план редакции СМИ. Виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Анализ рынка. План производства. Финансовый план редакции. Логистика СМИ.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Бюджет редакции. Бизнес-план редакции СМИ. Виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Анализ рынка. План производства. Финансовый план редакции. Логистика СМИ.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 8: Этика менеджмента СМИ Связь этики журналистской и редакционной деятельности и менеджмента СМИ. Закон о средствах массовой информации РФ. Этический имидж.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Связь этики журналистской и редакционной деятельности и менеджмента СМИ. Закон о средствах массовой информации РФ. Этический имидж.
Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 7
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	65	65
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	65	65
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	43	43
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Медиаменеджмент: определение понятия	7	4	4	0	9	4
2	Экономика и менеджмент СМИ	7	2	2	0	8	2
3	Продукт СМИ, как товар медиарынка	7	2	2	0	8	2
4	Основы и методы редакционного менеджмента	7	2	2	0	8	2
5	Кадровый медиаменеджмент	7	2	2	0	8	2
6	Моделирование и планирование работы редакции	7	2	2	0	8	2
7	Составление бизнес-плана в системе медиапланирования	7	2	2	0	8	2
8	Этика менеджмента СМИ	7	2	2	0	8	2
Итого:			18	18	0	65	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 8
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Медиаменеджмент: определение понятия	8	2	0	0	12	4
2	Экономика и менеджмент СМИ	8	0	0	0	12	2
3	Продукт СМИ, как товар медиарынка	8	2	0	0	12	2
4	Основы и методы редакционного менеджмента	8	0	0	0	11	2
5	Кадровый медиаменеджмент	8	0	0	0	11	2
6	Моделирование и планирование работы редакции	8	0	2	0	11	2
7	Составление бизнес-плана в системе медиапланирования	8	0	0	0	11	2
8	Этика менеджмента СМИ	8	0	2	0	11	2
Итого:			4	4	0	91	18

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-495845>

2. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2022 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-490571>

3. ПРАКТИКА ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ. Учебное пособие / Мясникова М. А. - Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б.Н. Ельцина (г. Екатеринбург), 2022 г. - 179 с. - ISBN 978-5-9916-9861-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/praktika-professionalnogo-mediaobrazovaniya-492171>

Дополнительная литература:

1. МАРКЕТИНГ-МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для вузов / Под ред. Липсица И.В., Ойнер О.К. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 379 с. - ISBN 978-5-534-01165-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/marketing-menedzhment-489346>

2. СИСТЕМА СМИ: ПРОСВЕТИТЕЛЬСТВО И ЖУРНАЛИСТИКА. Учебное пособие для вузов / Страшнов С. Л. - Ивановский государственный университет (г. Иваново), 2022 г. - 173 с. - ISBN 978-5-534-12557-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sistema-smi-prosvetitelstvo-i-zhurnalistika-496191>

3. ОСНОВЫ ЖУРНАЛИСТСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Бобров А. А. - Московский государственный институт культуры (г. Химки), 2022 г. - 343 с. - ISBN 978-5-9916-9254-0 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-zhurnalistiskoy-deyatelnosti-491243>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный
2. Электронно-библиотечная система СПбУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный
3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный
4. eLibrary.ru : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный
5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: arhiv.neicon.ru. - Текст: электронный
6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный
7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный
8. HR-tv.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://thehrd.ru/>. - Текст: электронный
9. Корпоративный менеджмент [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.cfin.ru>. - Текст: электронный
10. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный
11. AdIndex.ru: реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный
12. Psychojournal.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://psychojournal.ru>. - Текст: электронный
13. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный
14. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный
15. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный
16. Экономика. Социология. Менеджмент: федеральный образовательный портал: профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://ecsocman.hse.ru/>. - Текст: электронный
17. Executive.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://www.e-executive.ru>. - Текст: электронный
18. PsyJournals.ru: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://psyjournals.ru>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет				
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/ зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100
	F	Fx	E	D	C	B	A
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/Реферат №1

1. Менеджмент СМИ как комплексная сфера, представляющая как социальный, так и экономический институт.
2. Управление СМИ как социальной системой макроуровень.
3. Управление предприятиями СМИ микроуровень.

Доклад, сообщение/Реферат №2

1. Специфика медиарынков США, Великобритании, Германии, Франции, Италии или Скандинавии в сравнении с российским.
2. Особенности менеджмента СМИ в условиях разных экономических систем.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Факторы, влияющие на успешность работы СМИ.
2. Системность работы редакции.
3. Ритмичность и цикличность выпуска программ.
4. Редакция как взаимосвязанная система.
5. Последовательность, повторяемость, готовность к установленному сроку закладывают ритмичность и цикличность работы редакции.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №2

1. Информация и товар: две точки зрения.
2. Информация и социальное благо, и предмет культуры, принадлежащий всем людям.
3. Коммерческие медиапредприятия представляют информацию как товар на рынок. Зритель/читатель/покупатель. Рекламодатель /посредник.
4. Изучение спроса аудитории, залог, прибыли.
5. Основные потребности зрителя: информировать, развлекать и образовывать, удовлетворяет конечный продукт телевидения, контент СМИ.
6. Обязательные свойства товара с точки зрения экономической теории: потребительная стоимость, полезность и ценность.
7. Специфика стоимости, полезности и ценности журналисткой информации.

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

1. Служба экономического менеджмента.
2. Генеральный менеджер. Финансовый менеджер. Менеджер по развитию. Менеджер по маркетингу.
3. Взаимодействие редколлегии и менеджера СМИ.
4. Общие и специальные требования к менеджеру СМИ.
5. Способность к анализу. Способность быстро принимать решения.
6. Концептуальность менеджера СМИ. Менеджер СМИ, творческий работник и обладатель

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

1. Редакционный менеджер, как представитель направления публичных рилэйшнс.
2. Высший уровень менеджмента - директорат, продюсер.
3. Средний уровень менеджмента, руководители творческих подразделений редакции: ее отделов, технических и коммерческих служб.
4. Низший уровень менеджмента - руководители временных групп и других структур, создаваемых для выполнения конкретных творческих и организационных заданий.
5. Управление коллективами.
6. Политические, правовые, организационные (административные), психологические и экономические методы управления редакцией.
7. Основные экономические методы управления коллективом.
8. Факторы выбора методов управления редакцией

Задание творческого уровня №1

Разработать бизнес-план редакции регионального СМИ с указанными условиями:

- Форма собственности: частная
- Вид: Интернет-телеканал, с перспективой становления кабельным
- Бюджет редакции: 1000 тыс. рублей
- Формат и тематика телепрограммы: информационная программа для молодежи

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Происхождение и сущность научных дефиниций «менеджмент» и «менеджмент СМИ».
2. История становления менеджмента в России и за рубежом.
3. Роль и место СМИ в системе экономических отношений в России.
4. Сущность и содержание понятий «цель», «функция», «дерево целей».
5. Понятие и характеристика общих функций менеджмента (планирование, организация, мотивация, контроль).
6. Понятие и характеристика отраслевых (специальных, конкретных) функций менеджмента СМИ.
7. Понятие «миссия организации», ее роль в деятельности организации.
8. Генеральная цель и «дерево целей» организации СМИ.
9. Общая характеристика современной системы государственных и негосударственных органов управления СМИ в России.
10. Определение понятия и виды общественных объединений СМИ.
11. Нормативно-правовое обеспечение управления СМИ.
12. Долгосрочные документы, обеспечивающие направления развития СМИ.
13. Сущность и содержание понятия «организация СМИ», ее признаки.
14. Виды СМИ, выделяемые по различным основаниям.
15. Виды организационных структур современных СМИ (базовые, производные, смешанные).
16. Внешняя и внутренняя среда СМИ.
17. Технология изучения факторов внешней и внутренней среды: SWOT-анализ.
18. Жизненный цикл СМИ.
19. Планирование как функция менеджмента. Назначение и цели планирования.

20. Функции и принципы планирования.
21. Процесс и организация планирования.
22. Виды планирования: стратегическое, текущее, оперативное, бизнеспланирование.
23. Организация как функция менеджмента СМИ.
24. Делегирование, ответственность и полномочия.
25. Эффективная организация распределения полномочий.
26. Выбор делегата и правила делегирования полномочий.
27. Содержание процесса мотивации персонала.
28. Содержательные теории мотивации (А. Маслоу, Ф. Герцберг, Д. МакКлелланд).
29. Процессуальные теории мотивации (теория ожидания В. Врума, теория справедливости С. Адамса).
30. Современные средства мотивации персонала СМИ.
31. Экономические методы управления.
32. Организационно-административные методы управления.
33. Социально-психологические методы управления.
34. Понятие и признаки управленческого решения.
35. Классификация управленческих решений.
36. Технология подготовки и принятия управленческого решения.
37. Понятие конфликта, его природа. Виды конфликтов.
38. Причины возникновения конфликтов. Основные этапы процесса конфликта.
39. Модель индивидуальных типов реакции на конфликт по Томасу-Килмену.
40. Управление конфликтом. Последствия конфликтной ситуации и способы их нейтрализации.
41. Сущность и смысл контроля. Виды контроля: предварительный, текущий, итоговый, внешний и внутренний.
42. Процесс контроля: выработка стандартов, сопоставление с ними реальных результатов, корректирующие действия.
43. Особенности менеджмента в зарубежных СМИ. 44. Международные организации, регулирующие деятельность СМИ.

Примерный перечень практических заданий к зачету

Задание 1. На основании данных, самостоятельно подготовленных студентом на основе материалов сети Интернет, подготовить характеристику структуры редакции одного из современных российских СМИ (федеральных или региональных).

Для представления результатов исследования готовится творческий отчет. Отчет сдается в печатном виде. (Требования к оформлению: объем – 10-15 страниц одинарным интервалом. В тексте обязательно оформляются сноски на используемые источники.)

Задание 2. Провести SWOT-анализ СМИ (по выбору студента). На основании результатов анализа разработать рекомендации по совершенствованию системы СМИ.

Задание 3. Разработать бизнес-модель интернет-СМИ

Задание 4. Разработать бизнес-модель печатного СМИ

Задание 5. Провести сравнительный анализ структуры вещательного контента выходных дней на Первом телеканале и телеканале «Россия». Результаты представить в виде отчета.