

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

**федеральное государственное автономное  
образовательное учреждение высшего образования\_  
«Национальный исследовательский Нижегородский государственный университет  
им. Н.И. Лобачевского»**

Институт филологии и журналистики

---

УТВЕРЖДЕНО

решением президиума Ученого совета ННГУ

протокол № 1 от 16.01.2024 г.

**Рабочая программа дисциплины**

Медиаэкономика и бизнес-стратегии современных медиа

---

Уровень высшего образования

Магистратура

---

Направление подготовки / специальность

42.04.02 - Журналистика

---

Направленность образовательной программы

Журналистика и связи с общественностью в системе массовых коммуникаций

---

Форма обучения

очная

---

г. Нижний Новгород

2024 год начала подготовки

## 1. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина Б1.В.04 Медиаэкономика и бизнес-стратегии современных медиа относится к части, формируемой участниками образовательных отношений образовательной программы.

## 2. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями и индикаторами достижения компетенций)

Формируемые компетенции (код, содержание компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), в соответствии с индикатором достижения компетенции		Наименование оценочного средства	
	Индикатор достижения компетенции (код, содержание индикатора)	Результаты обучения по дисциплине	Для текущего контроля успеваемости	Для промежуточной аттестации
ПКО-3: Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением) в современной медиаиндустрии	ПКО-3.1: Планирует деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу; ПКО-3.2: Распределяет кадровые и финансовые ресурсы в соответствии с решаемыми задачами; ПКО-3.3: Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам	ПКО-3.1: Знать способы планирования и реализации журналистских проектов;  Уметь планировать и реализовывать журналистский проект в рамках своих полномочий и нести ответственность за результат;  Владеть практическими навыками планирования и реализации журналистских проектов в рамках своих полномочий.  ПКО-3.2: Знать эффективные приемы распределения кадровые и финансовые ресурсов в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами;  Уметь распределять свои кадровые и финансовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами;  Владеть практическими	Задания	Экзамен: Контрольные вопросы

		<p>навыками распределения кадровые и финансовые ресурсов в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами.</p> <p>ПКО-3.3: Знать методы отслеживания и оценки эффективности работы предприятия; профессиональные индикаторы оценки эффективности работы предприятия медиаиндустрии;</p> <p>Уметь отслеживать результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам;</p> <p>Владеть навыками отслеживания и оценки эффективности работы предприятия медиаиндустрии.</p>		
ПКР-1: Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	<p>ПКР-1.1: Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики;</p> <p>ПКР-1.2: Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач;</p> <p>ПКР-1.3: Составляет план действий по реализации проекта</p>	<p>ПКР-1.1: Знать методы многофакторного анализа перспектив запуска проекта в сфере журналистики;</p> <p>Уметь проводить многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики;</p> <p>Владеть навыками проведения многофакторного анализа перспектив запуска проекта в сфере журналистики;</p> <p>ПКР-1.2: Знать методы постановки задач при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в</p>	Эссе	Экзамен: Контрольные вопросы

		<p>сфере журналистики;</p> <p>Уметь ставить задачи, разрабатывать компоненты концепции и выстраивать приоритеты при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики;</p> <p>Владеть практическими навыками постановки задачи, разработки компонентов концепции и выстраивания приоритетов при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики;</p> <p>ПКР-1.3: Знать основные подходы к организации деятельности по реализации стратегий развития СМИ и созданию медийных проектов;</p> <p>Уметь осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов;</p> <p>Владеть навыками реализации стратегии развития СМИ и медийных проектов в процессе осуществления организационных, координационных, контролирующих обязанностей руководителя.</p>		
--	--	---	--	--

### 3. Структура и содержание дисциплины

#### 3.1 Трудоемкость дисциплины

	очная
--	-------

<b>Общая трудоемкость, з.е.</b>	<b>3</b>
<b>Часов по учебному плану</b>	<b>108</b>
в том числе	
<b>аудиторные занятия (контактная работа):</b>	
- занятия лекционного типа	<b>14</b>
- занятия семинарского типа (практические занятия / лабораторные работы)	<b>14</b>
- КСР	<b>2</b>
<b>самостоятельная работа</b>	<b>42</b>
<b>Промежуточная аттестация</b>	<b>36</b> <b>Экзамен</b>

### 3.2. Содержание дисциплины

(структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и виды учебных занятий)

Наименование разделов и тем дисциплины	Всего (часы)	в том числе			
		Контактная работа (работа во взаимодействии с преподавателем), часы из них			Самостоятельная работа обучающегося, часы
		Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа (практические занятия/лабораторные работы), часы	Всего	
	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0	0 Ф 0
Тема 1. СМИ как область современной экономики.	10	2	2	4	6
Тема 2. Финансовое управление на медиапредприятии. Медиапланирование.	12	2	2	4	8
Тема 3. Медиамаркетинг.	10	2	2	4	6
Тема 4. Экономические особенности рынка печатных СМИ.	12	2	2	4	8
Тема 5. Экономические особенности электронного медиарынка.	12	4	2	6	6
Тема 6. Экономика, медиаконвергенция и новые медиа.	14	2	4	6	8
Аттестация	36				
КСР	2				2
Итого	108	14	14	30	42

#### Содержание разделов и тем дисциплины

Тема 1. СМИ как область современной экономики.

Содержание понятий «медиаэкономика» и «медиаиндустрия». Индустрия СМИ в современной экономике. Основные факторы становления медиаиндустрии. СМИ как индустрия свободного времени. СМИ в системе креативных индустрий. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ. Движущие силы развития медиабизнеса. Спрос на сдвоенном рынке СМИ. Глобализация СМИ. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе. Понятие концентрации в индустрии СМИ. Концентрация в зарубежной индустрии СМИ. Концентрация в современной российской медиаиндустрии. Организационно-правовые формы предприятий в медиаиндустрии. Государственное регулирование медиаэкономики.

Тема 2. Финансовое управление на медиапредприятии. Медиапланирование.

Основные элементы финансового управления на медиапредприятии. Финансовая структура медиакомпаний. Управленческий учет. Финансовое планирование и бюджетирование. Основные формы отчетности. Управление себестоимостью продукции СМИ в рамках финансовой работы. Управление оборотным капиталом. Долговое финансирование. Внешние инвестиции. Инвестиционная деятельность медиакомпаний. Понятие медиапланирование. Процесс медиапланирования. СМИ как рекламоносители. Продакт плейсмент. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиаиндустрии.

Тема 3. Медиамаркетинг.

Основные понятия маркетинга и особенности медиамаркетинга. Базовые методы медиамаркетинга. Методы анализа рынка. Методы разработки продуктовой, ценовой и сбытовой стратегии. Ценовая политика СМИ. Изучение рекламного рынка СМИ. Продвижение СМИ на рынке. Служба маркетинга на медиапредприятиях. Аудитория СМИ: понятие и характеристики. Аудитория как рынок. Измерения аудитории: функции, организация, методы. Измерение телевизионных рейтингов. Измерение аудитории радиостанций и печатных изданий. Измерение аудитории интернет-сайтов. Измерения аудитории в цифровую эпоху. Фирма масс-медиа и журналистика в условиях рынка. Программа сохранения и развития журналистики в условиях российских реалий.

Тема 4. Экономические особенности рынка печатных СМИ.

Печатный сектор на медиарынке. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет и традиции чтения. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент гляцевых журналов. Сегмент специализированных журналов (B2B, B2C, B2P). Аудитория журналов и традиции чтения. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. По-лиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная реализация. Дистрибуция печатных изданий. Рынок книгоиздания.

Тема 5. Экономические особенности электронного медиарынка.

Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения и традиции телесмотрения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Платное кабельное и спутниковое ТВ. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио и традиции радиослушания. Технологии радиовещания. Ведущие радиокомпании России и зарубежных стран. Рынок рекординга. Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономика мобильных медиа.

Тема 6. Экономика, медиаконвергенция и новые медиа.

Конвергенция как фактор преобразования медиасистем. Типы медиаконвергенции. Основные стратегии, используемые современной российской медиаиндустрией в условиях конвергенции. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ. Бизнес-модели онлайн-СМИ. Источники доходов онлайн-СМИ. Прогнозы развития онлайн-СМИ в их конкуренции с традиционными медиа.

Постиндустриальное общество и современная медиаэкономика. Информационное неравенство. Модели нишевой медиаэкономики и альтернативных экономик медиа (К.Андерсон). Политика европеизации в условиях медиаконвергенции: национальное и глобальное. Медиаконвергенция и национальные форматы в России и Европе.

#### **4. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся**

Самостоятельная работа обучающихся включает в себя подготовку к контрольным вопросам и заданиям для текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины приведенным в п. 5.

<https://e-learning.unn.ru/course/view.php?id=3270>

## **5. Фонд оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)**

### **5.1 Типовые задания, необходимые для оценки результатов обучения при проведении текущего контроля успеваемости с указанием критериев их оценивания:**

#### **5.1.1 Типовые задания (оценочное средство - Задания) для оценки сформированности компетенции ПКО-3:**

Типовое задание к разделу 2 «Финансовая политика СМИ».

Творческое задание – составить прайс-лист будущего СМИ.

Типовое задание по разделу 3 «Основы медиамаркетинга».

Творческое задание — составить план маркетинговых мероприятий по продвижению нового СМИ.

Типовое задание по разделу 4 «Экономические особенности печатных СМИ»

Творческое задание — составить штатное расписание будущего СМИ.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Задания)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент активно участвует в выполнении задания (задание выполнено), грамотно аргументирует свой ответ, развернуто отвечает на заданные вопросы.
не зачтено	Студент не участвует в выполнении задания (задание не выполнено), не может привести аргументы либо ответить на заданный вопрос.

#### **5.1.2 Типовые задания (оценочное средство - Эссе) для оценки сформированности компетенции ПКР-1:**

##### **Темы эссе:**

1. Основные факторы становления медиаиндустрии.
2. СМИ в системе креативных индустрий.
3. Соотношение понятий «глобализация» и «глокализация» на рынке СМИ.
4. Аудитория как рынок.
5. Аудитория журналов и традиции чтения.
6. Традиции телесмотрения в современной России.
7. Экономика мобильных медиа.

#### **Критерии оценивания (оценочное средство - Эссе)**

Оценка	Критерии оценивания
зачтено	Студент активно участвует в выполнении задания (эссе написано), грамотно аргументирует свой ответ, развернуто отвечает на заданные вопросы.
не зачтено	Студент не участвует в выполнении задания (эссе не написано), не может привести аргументы либо ответить на заданный вопрос.

## 5.2. Описание шкал оценивания результатов обучения по дисциплине при промежуточной аттестации

### Шкала оценивания сформированности компетенций

Уровень сформированности компетенций (индикатора достижения компетенций)	плохо	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	очень хорошо	отлично	превосходно
	не зачтено			зачтено			
<u>Знания</u>	Отсутствие знаний теоретического материала. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько негрубых ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Ошибок нет.	Уровень знаний в объеме, превышающем программу подготовки.
<u>Умения</u>	Отсутствие минимальных умений. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа	При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания в полном объеме, но некоторые с недочетами	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи с отдельными несущественными недочетами, выполнены все задания в полном объеме	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов
<u>Навыки</u>	Отсутствие базовых навыков. Невозможность оценить наличие навыков	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартны	Продemonстрированы навыки при решении нестандарт	Продemonстрирован творческий подход к решению нестандартны



	вследствие отказа обучающегося от ответа	место грубые ошибки	стандартны х задач с некоторым и недочетами	х задач с некоторым и недочетами	х задач без ошибок и недочетов	ных задач без ошибок и недочетов	х задач
--	--	---------------------	---	----------------------------------	--------------------------------	----------------------------------	---------

### Шкала оценивания при промежуточной аттестации

Оценка		Уровень подготовки
зачтено	превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой
	отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
	очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо»
	хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
	удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно»
не зачтено	неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
	плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо»

### 5.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения на промежуточной аттестации с указанием критериев их оценивания:

#### 5.3.1 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКО-3

1. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта.
2. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
3. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
4. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
5. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.

6. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
7. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация.

### 5.3.2 Типовые задания (оценочное средство - Контрольные вопросы) для оценки сформированности компетенции ПКР-1

8. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала.
9. Формы собственности на рынке СМИ.
10. Типы концентрации СМИ. Кластеризация.
11. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
12. Экономические особенности телевизионной индустрии.
13 Экономические особенности индустрии радио.

### Критерии оценивания (оценочное средство - Контрольные вопросы)

Оценка	Критерии оценивания
превосходно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «превосходно», продемонстрированы знания, умения, владения по соответствующим компетенциям на уровне выше предусмотренного программой.
отлично	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «отлично».
очень хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «очень хорошо».
хорошо	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «хорошо».
удовлетворительно	Все компетенции (части компетенций), на формирование которых направлена дисциплина, сформированы на уровне не ниже «удовлетворительно», при этом хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «удовлетворительно».
неудовлетворительно	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «неудовлетворительно».
плохо	Хотя бы одна компетенция сформирована на уровне «плохо».

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины (модуля)

### Основная литература:

1. Соломин В. Е. Медиаэкономика и медиаменеджмент: практикум / Соломин В. Е. - Кемерово : КемГУ, 2022. - 81 с. - Книга из коллекции КемГУ - Журналистика и медиабизнес. - ISBN 978-5-8353-2992-2., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=884294&idb=0>.
2. Ворошилов В. В. Экономика СМИ: Электронное учебное пособие : учебное пособие / Ворошилов В. В. - Санкт-Петербург : ИЭО СПбУТУиЭ, 2009. - 210 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции ИЭО СПбУТУиЭ - Экономика и менеджмент. - ISBN 978-5-94047-547-7., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=714480&idb=0>.
3. Потребин А. В. Экономика и менеджмент СМИ : учебно-методический комплекс для студентов специальностей е 1-23 01 08 «журналистика», е 1-23 01 09 «международная журналистика», е 1-23 01 10 «литературная работа» / Потребин А. В. - Минск : БГУ, 2005. - 155 с. - Библиогр.: доступна в карточке книги, на сайте ЭБС Лань. - Книга из коллекции БГУ - Журналистика и медиабизнес., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=780343&idb=0>.

### Дополнительная литература:

1. Вартанова Е. Медиаэкономика зарубежных стран : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика". - М. : Аспект Пресс, 2003. - 335 с. - ISBN 5-7567-0298-9 : 126.00., 1 экз.
2. Интегрированные коммуникации: Массовые коммуникации и медиапланирование / Шарков Ф.И. - Москва : Дашков и К, 2012., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=638329&idb=0>.
3. Бузин Валерий Николаевич. Медиапланирование. Теория и практика : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика"; Учебное пособие / Центральный Научно-Исследовательский Институт Организации и Информатизации Здравоохранения; Центральный Научно-Исследовательский Институт Организации и Информатизации Здравоохранения. - Москва : Издательство "ЮНИТИ-ДАНА", 2017. - 495 с. - ВО - Бакалавриат. - ISBN 978-5-238-01769-3., <https://e-lib.unn.ru/MegaPro/UserEntry?Action=FindDocs&ids=593137&idb=0>.

### Программное обеспечение и Интернет-ресурсы (в соответствии с содержанием дисциплины):

1. <http://mediaprofi.org/> информационно-аналитический журнал медиа отрасли России и ближнего зарубежья
2. <http://www.broadcasting.ru/main.php> специализированное отраслевое издание о телевидении и радиовещании
3. <http://www.mediascope.ru/> электронный научный журнал факультета журналистики МГУ им. М.В.Ломоносова
4. <http://www.tns-global.ru/> международная исследовательская группа
5. <http://www.fapmc.ru/rospechat/activities/reports/2016.html> официальный сайт Роспечати
6. <http://mediahubble.ru/> Онлайн-платформа для работников медиаиндустрии

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)**

Учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных образовательной программой, оснащены мультимедийным оборудованием (проектор, экран), техническими средствами обучения, компьютерами.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Программа составлена в соответствии с требованиями ОС ННГУ по направлению подготовки/специальности 42.04.02 - Журналистика.

Автор(ы): Коданина Анна Львовна, кандидат политических наук.

Заведующий кафедрой: Савинова Ольга Николаевна, доктор политических наук.

Программа одобрена на заседании методической комиссии от 12.01.2024, протокол № 12.