

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«**Российский государственный гуманитарный университет**»
(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ РЕКЛАМЫ И СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ
Кафедра медиакоммуникаций

ОСНОВЫ МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

42.03.05. Медиакоммуникации

Код и наименование направления подготовки/специальности

Медиакоммуникации и управление корпоративным медиа

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: *очная, очно-заочная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2024

Основы медиаменеджмента
Рабочая программа дисциплины (модуля)

Составитель:

д.п.н., доцент, профессор кафедры медиакоммуникаций Коровяковский Д.Г.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры
медиакоммуникаций
№ 5 от 02.02.2024 г.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1.	Пояснительная записка.....	
1.1.	Цель и задачи дисциплины.....	
1.2.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	
1.3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	
2.	Структура дисциплины.....	
3.	Содержание дисциплины.....	
4.	Образовательные технологии.....	
5.	Оценка планируемых результатов обучения.....	
5.1	Система оценивания.....	
5.2	Критерии выставления оценки по дисциплине.....	
5.3	Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	
6.	Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	
6.1	Список источников и литературы.....	
6.2	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	
7.	Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	
8.	Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	
9.	Методические материалы.....	
9.1	Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	
9.2	Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	
9.3	Иные материалы.....	
	Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цели дисциплины:

Подготовка студентов к принятию управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами и т.д.

Получение знаний в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ.

Задачи:

Освоение инструментов стратегической организационной диагностики и использования их при управлении портфелем медиахолдинга.

Изучение методов и особенностей управления правами на контент в различных средах.

Освоение основных методов бюджетирования и финансового анализа, используемых в медиакомпаниях.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.	Знать: основные принципы эффективного взаимодействия с членами команды. Уметь: участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом. Владеть: навыками презентации результатов работы команды.
ОПК-5. Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;	Знать: совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие различных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Уметь: осуществлять управление медиакомпанией принимая во внимание влияние политических и экономических факторов.
	ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные	Знать: специфику функционирования различных медиакоммуникационных

	действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	систем. Уметь: осуществлять свои профессиональные функции с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
ПК-5. Разрабатывает и реализует различные медиапроекты и медиапродукты	ПК-5.3. Осуществляет бюджетирование и рассчитывает экономические показатели медиапроектов/медиапродуктов	Знать: основные методы бюджетирования медиапроектов. Уметь: рассчитывать экономические показатели медиапроектов.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Основы медиаменеджмента» относится к обязательной части блока дисциплин учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин «Теория и практика медиакоммуникаций», «Медиапродюсирование», «Менеджмент».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Основы работы с CRM-системами», «Медиамаркетинг».

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 академических часа (ов).

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	18
6	Семинары/лабораторные работы	24
Всего:		42

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Структура дисциплины для очно-заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
6	Лекции	8

6	Семинары/лабораторные работы	16
Всего:		24

Объем дисциплины (модуля) в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 84 академических часа.

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Тема 1. Медиаменеджмент: базовые понятия, специфика.	Понятия медиаэкономики, медиаменеджмента, медиарынка. Специфика медиаменеджмента. Трансформация медиарынка в цифровую эру
2	Тема 2. Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе.	Бизнес-модели в медиаиндустрии Бизнес-модели современных цифровых медиа
3	Тема 3. Управленческие задачи и решения.	Что такое управленческая задача. Управленческие исследования. Управленческое решение.
4	Тема 4. Управление кадрами в медиакомпании	Основные инструменты управления. Оценка эффективности управления. Стили управления под них
5	Тема 5. Проектирование медиа	Подходы к медиапроектированию. Монетизация медиа-проекта. Подходы к оценке стоимости медиапроекта. Определение точки безубыточности медиапроекта
6	Тема 6. Бюджетирование и финансовое управление медиа	Финансовое планирование и оценка эффективности. Ключевые показатели эффективности.

4. Образовательные технологии

№ п/п	Наименование раздела	Виды учебных занятий	Образовательные технологии
1.	Тема 1. Медиаменеджмент: базовые понятия, специфика.	Лекция 1 (2 часа) Семинар 1 (2 часа)	Вводная лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов информационного поиска и обзора литературы по теме, эвристический опрос по знанию информационных медиа источников по теме лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыка применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, источники и литература, инструменты работы, требования к результату, критерии

		Самостоятельная работа 1 (8 часов)	оценки, условия конкурса письменных творческих заданий, организовывание команд для групповой работы. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
2.	Тема 2. Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе.	Лекция 2 (2 часа) Семинар 2 (2 часа) Самостоятельная работа 2 (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиаманипулирования, схематизация основных понятий по теме лекции, экспресс-интервью по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
3.	Тема 3. Управленческие задачи и решения.	Лекция 3 (2 часа) Семинар 3 (2 часа) Самостоятельная работа 3 (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.

			Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
4.	Тема 4. Управление кадрами в медиакомпании	Лекция 4 (2 часа) Семинар 4 (2 часа) Самостоятельная работа 4 (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
5.	Тема 5. Проектирование медиа	Лекция 5 (2 часа) Семинар 5 (2 часа) Самостоятельная работа 5 (8 часов)	Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования си системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции. Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы, Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание. Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа

		Семинар 6 (2 часа)	<p>контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p> <p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p>
		Самостоятельная работа 6 (8 часов)	<p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
6.	Тема 6. Бюджетирование и финансовое управление медиа	Лекция 6 (4 часа)	<p>Лекция с использованием видеоматериалов, демонстрация приемов использования системного подхода к изучению медиа и информационных процессов, схематизация содержания по теме лекции, эвристический опрос по знанию контекстов темы лекции.</p>
		Семинар 7 (2 часа)	<p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: анализ медийной ситуации, групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы, информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки.</p>
		Самостоятельная работа 7 (8 часов)	<p>Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.</p>
		Семинар 8 (2 часа)	<p>Развернутая беседа с обсуждением сообщений студентов, опрос по учебным вопросам темы,</p> <p>Отработка навыков применения знания по теме в решении практической задачи: анализ медийной ситуации, групповое упражнение, творческое задание.</p> <p>Постановка задания для самостоятельной работы: объяснение задачи, форма работы,</p>

		Самостоятельная работа 8 (8 часов)	информационные источники, инструменты работы, требования к результату, критерии оценки. Консультирование и проверка домашних заданий с помощью онлайн инструментов, использование профильного медиа контента и материалов электронных образовательных ресурсов.
--	--	------------------------------------	--

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1 Система оценивания

Система оценивания может быть представлена как в текстовой, так и в табличной форме.

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль:		
- опрос	5 баллов	30 баллов
- участие в дискуссии на семинаре	5 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 1-3)	10 баллов	10 баллов
- контрольная работа (темы 4-6)	10 баллов	10 баллов
Промежуточная аттестация – зачет		40 баллов
Итого за семестр		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А,В	отлично/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	хорошо/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	удовлетво- рительно/ зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	неудовлет- ворительно/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации (экзамен)

1. Медиаменеджмент: базовые понятия, специфика, основные подходы к управлению медиа.
2. Понятия медиаэкономики, медиаменеджмента, медиарынка.
3. Специфика медиаменеджмента.
4. Конкуренция на медиарынке.
5. Конкуренция на рынке авторов.
6. Рыночные характеристики СМИ.
7. Рыночные механизмы финансирования СМИ.
8. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ.
9. Трансформация медиарынка в цифровую эру.
10. Бизнес-модели в телевизионной индустрии.
11. Бизнес-модели в радиовещании.
12. Модели рекламного бизнеса.
13. Организация рекламной индустрии.
14. Основные понятия: признаки рекламы, субъекты рекламной деятельности, традиционные и особые виды рекламы.
15. Бизнес-модели рекламных предприятий.
16. Экономические модели современных цифровых медиа.
17. Организационная модель СМИ.
18. Типы организационных структур в медиаиндустрии.
19. Специфика деятельности медиаорганизаций в российской практике.
20. Финансовый менеджмент медиакомпаний.
21. Управленческие задачи и решения
22. Принятие управленческих решений в медиаорганизациях.
23. Стили управления.
24. Основные инструменты мотивации сотрудников.
25. Разрешение конфликтных ситуаций.
26. Проектирование медиа и монетизация СМК.
27. Подходы к оценке стоимости медиапроекта.
28. Финансовое планирование и оценка эффективности.
29. Ключевые показатели эффективности.
30. Цели и принципы бюджетирования, виды бюджетирования. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6. Список источников и литературы

6.1. Литература

Основная:

1. Де Боно Э. Гениально! Инструменты решения креативных задач. – СПб. Изд-во «Альпина Паблишер», 2018. – 382 с.
2. Горев П., Утемов П. Научное творчество. Практическое руководство по развитию креативного мышления. Методы и приемы ТРИЗ. Изд-во «Ленанд», 2019. – 112 с.
3. Келли Т., Келли Д. Креативная уверенность. Как высвободить и реализовать свои творческие силы. М.: Изд-во «Азбука-Бизнес», 2018. – 288 с.
4. Степанов А., Савина М. Креативный менеджмент. – М.: Изд-во «Дашков и Ко», 2018. – 254 с.
5. Пинкун Д. Креативный менеджмент. – М.: Изд-во «Азбука-Бизнес». 2018. – 240 с.

Дополнительная:

1. 99 лучших чеклистов для вашей рекламы. – М.: Интерэксперт, 2000.
2. Джулер А.Дж., Дрюниани Б.Л. Креативные стратегии в рекламе. – СПб.: ПИТЕР, 2002.

3. Де Боно Э. Латеральное мышление. – М.: Попурри, 2005.
4. Боно Э. Серьезное творческое мышление. – Мн.: ООО «Попурри», 2005.
5. Кэтмелл Э., Уоллес Э. Корпорация гениев. Как управлять командой творческих людей. – СПб.: Изд-во «Альпина Паблицер». – 2014 г., 344 стр.
6. Морозова И. Рекламный креатив: в поисках ненавязчивой идеи. - М.: Гелла-Принт, 2003.
7. Рекламный текст: семиотика и лингвистика. (под ред. Пироговой Ю.К., Паршина П.Б.). – М.: ИД Гребенникова, 2000.
8. Цезерани Дж. От мозгового штурма к большим идеям. – М.: ФАИР-пресс, 2005.
9. Шевырев А. Креативный менеджмент: синергетический подход. – Белгород: ЛитКараВан, 2007.
10. Hafer W.K., White G.E. Advertising Writing: Putting creative strategy to work.- St.Paul-N.Y.-Los Ang.-San Franc., 1989.
11. Baldwin H. How to create effective TV commercials. - Lincolnwood, 1989.
12. Henry J. Creative management and development. – Sage Publications, 2006.
13. El-Murad, Jaafar and West, Douglas C. The Definition and Measurement of Creativity: What Do We Know? // Journal of Advertising Research (2004), 44: 188-201
14. Koslow, Scott and Sasser Sheila L. and Riordan Edward A. What Is Creative to Whom and Why? Perceptions in Advertising Agencies // Journal of Advertising Research (2003), 43: 96-110.
15. Mehta, Abhilasha and Purvis Scott C. Reconsidering recall and Emotion in Advertising // Journal of Advertising Research (2006 march): 49-56

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Необходимо добавить то, что необходимо для изучения дисциплины

Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
 ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
 Электронная библиотека Grebennikon.ru www.grebennikon.ru
 Cambridge University Press
 ProQuest Dissertation & Theses Global
 SAGE Journals
 Taylor and Francis
 JSTOR

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Аудитории для проведения занятий должны быть оборудованы учебной доской (интерактивной учебной доской) и инструментом (мел или маркер) для нанесения рисунков, схем и текста на доску.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office

Профессиональные полнотекстовые базы данных:

1. Cambridge University Press
2. ProQuest Dissertation & Theses Global
3. SAGE Journals
4. Taylor and Francis
5. JSTOR

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением или могут быть заменены устным ответом; обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс; для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств; письменные задания оформляются увеличенным шрифтом; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих: лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования; письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме; экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением; письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением; экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих: в печатной форме увеличенным шрифтом, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

- для глухих и слабослышащих: в печатной форме, в форме электронного документа.

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в печатной форме, в форме электронного документа, в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих: устройством для сканирования и чтения с камерой SARA SE; дисплеем Брайля PAC Mate 20; принтером Брайля EmBraille ViewPlus;

- для глухих и слабослышащих: автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих; акустический усилитель и колонки;

- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата: передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1; компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Семинарское занятие 1. Медиаменеджмент: базовые понятия, специфика

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия медиаэкономики, медиаменеджмента, медиарынка.
2. Специфика медиаменеджмента.
3. Трансформация медиарынка в цифровую эру.

Семинарское занятие 2. Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе

Вопросы для обсуждения:

1. Бизнес-модели в медиаиндустрии.
2. Бизнес-модели современных цифровых медиа.

Семинарское занятие 3. Управленческие задачи и решения.

Вопросы для обсуждения:

1. Что такое управленческая задача.
2. Управленческие исследования.
3. Управленческое решение.

Семинарское занятие 4. Управление кадрами в медиакомпании.

Вопросы для обсуждения:

1. Основные инструменты управления.
2. Оценка эффективности управления.
3. Стили управления под них.

Семинарское занятие 5. Проектирование медиа

Вопросы для обсуждения:

1. Подходы к медиапроектированию.
2. Монетизация медиа-проекта.
3. Подходы к оценке стоимости медиапроекта.
4. Определение точки безубыточности медиапроекта.

Семинарское занятие 6. Бюджетирование и финансовое управление медиа

Вопросы для обсуждения:

1. Финансовое планирование и оценка эффективности.

2. Ключевые показатели эффективности.

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаменеджмент» реализуется на факультете рекламы и связей с общественностью кафедрой медиакоммуникаций.

Цели дисциплины:

Подготовка студентов к принятию управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами и т.д.

Получение знаний в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ.

Задачи:

Освоение инструментов стратегической организационной диагностики и использования их при управлении портфелем медиахолдинга.

Изучение методов и особенностей управления правами на контент в различных средах. Освоение основных методов бюджетирования и финансового анализа, используемых в медиакомпаниях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

УК-3.2 Эффективно взаимодействует с членами команды; участвует в обмене информацией, знаниями и опытом; содействует презентации результатов работы команды; соблюдает этические нормы взаимодействия.

ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях;

ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

ПК-5.3. Осуществляет бюджетирование и рассчитывает экономические показатели медиапроектов/медиапродуктов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы эффективного взаимодействия с членами команды; специфику функционирования различных медиакоммуникационных систем; совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; основные методы бюджетирования медиапроектов.

Уметь: участвовать в обмене информацией, знаниями и опытом; осуществлять управление медиакомпанией принимая во внимание влияние политических и экономических факторов; осуществлять свои профессиональные функции с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы; рассчитывать экономические показатели медиапроектов.

Владеть: навыками презентации результатов работы команды.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетные единицы.