

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Колесникова Екатерина Дмитриевна  
Должность: Ректор СГИ  
Дата подписания: 12.09.2025 16:59:10  
Уникальный программный ключ:  
5791137b901af0c8a1d18857e044b19ca09c4



**ЧАСТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«СРЕДНЕРУССКИЙ ГУМАНИТАРНО-ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ ИНСТИТУТ»**

**УТВЕРЖДАЮ**

И.о. заведующего кафедрой журналистики

\_\_\_\_\_/Колесникова Е.Д./

«29» августа 2025 г

**Кафедра экономики и управления**

**Рабочая программа учебной дисциплины**

**ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ**

Направление подготовки  
42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) подготовки:  
«Теория и практика современных средств массовой информации»

Квалификация (степень) выпускника:

Бакалавр

Форма обучения:

Заочная

Составитель программы:

Садченкова Ю.П.,

К.э.н., доцент кафедры экономики и управления

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Аннотация к дисциплине
2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся
- 3.1. Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)
4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий
- 4.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)
- 4.2. Содержание дисциплины, структурированное по разделам (темам)
5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ»
- 6.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал
- 6.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
- 6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и(или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы
- 6.4. Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся
- 6.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций
7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине
10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы.
- 10.1. Лицензионное программное обеспечение
- 10.2. Электронно-библиотечная система
- 10.3. Современные профессиональные баз данных
- 10.4. Информационные справочные системы
11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
12. Лист регистрации изменений

## **1. Аннотация к дисциплине**

Рабочая программа дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденный приказом Минобрнауки России от 8 июня 2017 г. N 524.

Рабочая программа содержит обязательные для изучения темы по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ».

### **Место дисциплины в структуре основной профессиональной образовательной программы**

Настоящая дисциплина включена в обязательную часть учебных планов по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, уровень бакалавриата.

Дисциплина изучается на 4 курсе, в 9 семестре для заочной формы обучения. Форма контроля – зачёт.

### **Цель изучения дисциплины:**

формирование у обучающихся экономического мышления, необходимого для современного специалиста СМИ, а также изложение общих сведений о предмете экономики СМИ, формирование базисных знаний студентов факультета журналистики о ряде фундаментальных категорий в сфере хозяйствования современных средств массовой информации.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- развитие экономического сознания и мышления будущих журналистов и менеджеров СМИ;
- усвоение ими принципов формирования деловой политики средств массовой информации как субъектов информационного рынка;
- овладение основами редакционного менеджмента;
- выработка навыков самостоятельного анализа экономической ситуации на рынке СМИ;
- определение способов повышения экономической эффективности.

### **Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины:**

УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

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.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения, соотнесенных с планируемыми результатами освоения основной профессиональной образовательной программы**

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование компетенций, предусмотренных ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика и на основе профессионального стандарта:

11.003 Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 21 мая 2014 г. №339н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 5 июня 2014 г., регистрационный № 32589);

11.006 Профессиональный стандарт «Редактор средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 538н (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 28 августа 2014 г., регистрационный № 33899).

Код компетенции	Результаты освоения ОПОП (содержание компетенций)	Индикаторы достижения компетенций	Формы образовательной деятельности, способствующие формированию и развитию компетенции
<b>УК-9</b>	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1. Знает основные положения и методы экономической науки и хозяйствования, их юридическое отражение и обеспечение в российском законодательстве; современное состояние мировой экономики и особенности функционирования российских рынков; роль государства в согласовании долгосрочных и краткосрочных экономических интересов общества.</p> <p>УК-9.2. Использует экономические знания для понимания движущих сил и закономерностей исторического процесса, анализа социально значимых проблем и решения социальных и профессиональных задач.</p> <p>УК-9.3. Находит эффективные организационно-управленческие решения, самостоятельно осваивает прикладные экономические знания, необходимые для работы в профессиональной сфере.</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u></p>
<b>ОПК-5</b>	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования,	<p>ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.2. Осуществляет</p>	<p><u>Контактная работа:</u> Лекции Практические занятия <u>Самостоятельная работа</u></p>

	правовых и этических норм регулирования	свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы	
--	---	--	--

**3. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам занятий) и на самостоятельную работу обучающихся**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы.

### 3.1 Объем дисциплины по видам учебных занятий (в часах)

Объем дисциплины	Всего часов	
	заочная форма обучения	
Общая трудоемкость дисциплины	72	
Контактная работа обучающихся с преподавателем (всего)	72	
Аудиторная работа (всего):	8	
в том числе:		
лекции	4	
семинары, практические занятия	4	
лабораторные работы		
Контроль	4	
Внеаудиторная работа (всего):	60	
в том числе:		
самостоятельная работа обучающихся (всего)	60	
Вид промежуточной аттестации обучающегося – зачет	+	

**4. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**4.1 Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)**

для заочной формы обучения

№ п/п	Разделы и темы учебной дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу и трудоемкость (в часах)						Вид оценочного средства текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации (по семестрам)	
			Всего	Из них аудиторные занятия			Самостоятельная работа	Контрольная работа		Курсовая работа
				Лекции	Лабораторный практикум	Практические занятия / семинары				
1	Средства массовой информации и рынок	9	22	1		1	20			Опрос
2	Основы редакционно-	9	22	1		1	20			Круглый

	издательского маркетинга									стол
3	Основы редакционного менеджмента	9	24	2		2	20			Круглый стол
	<b>Зачёт</b>	<b>9</b>	<b>4</b>							
	<b>ВСЕГО</b>	<b>9</b>	<b>72</b>	<b>4</b>		<b>4</b>	<b>60</b>			

#### **4.2 Содержание дисциплины, структурированное по разделам для заочной формы обучения.**

##### **Тема 1. Средства массовой информации и рынок.**

Введение. Журналистика и экономический фактор. Журналистская информация как товар. Информационный рынок. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке.

##### **Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга.**

Редакционно-издательский маркетинг. Финансовая база редакции и компании. Бюджет редакции печатного периодического издания. Реклама в периодическом издании. Ценовая политика редакции. Прибыль редакции. Бюджет телерадиокомпании информационного агентства. Экономические принципы редакционной деятельности.

##### **Тема 3. Основы редакционного менеджмента.**

Менеджмент и редакция. Управление редакционным коллективом. Экономические основы труда журналиста. Менеджмент и периодическое издание. Распространение периодического издания. Менеджмент и бизнес-план редакции. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.

#### **5. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

Одним из основных видов деятельности студента является самостоятельная работа, которая включает в себя изучение лекционного материала, учебников и учебных пособий, первоисточников, подготовку сообщений, выступления на практических занятиях, выполнение заданий преподавателя.

Методика самостоятельной работы предварительно разъясняется преподавателем и в последующем может уточняться с учетом индивидуальных особенностей студентов. Время и место самостоятельной работы выбираются студентами по своему усмотрению с учетом рекомендаций преподавателя.

Самостоятельную работу над дисциплиной следует начинать с изучения рабочей программы «Экономика и менеджмент СМИ», которая содержит основные требования к знаниям, умениям и навыкам обучаемых. Обязательно следует вспомнить рекомендации преподавателя, данные в ходе лекционных и практических занятий. Затем – приступить к изучению отдельных тем в порядке, предусмотренном рабочей программой.

Получив представление об основном содержании темы, необходимо изучить материал с помощью учебников, других методических материалов, указанных в разделе 7 рабочей программы. Целесообразно составить краткий конспект или схему, отображающую смысл и связи основных понятий данной темы. Затем, как показывает опыт, полезно изучить выдержки из первоисточников. При желании можно составить их краткий конспект.

Важным источником для освоения дисциплины являются ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет». Обязательно следует записывать возникшие вопросы, на которые не удалось ответить самостоятельно.

Наименование темы	Вопросы, вынесенные на самостоятельное изучение	Формы самостоятельной работы	Учебно-методическое обеспечение	Форма контроля
Средства массовой информации и рынок	Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Опрос
Основы редакционно-издательского маркетинга	Прибыль редакции. Бюджет телерадиокомпании информационного агентства. Экономические принципы редакционной деятельности.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Круглый стол
Основы редакционного менеджмента	Распространение периодического издания. Менеджмент и бизнес-план редакции. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.	Работа в библиотеке, включая ЭБС. Подготовка доклада-презентации.	Литература к теме, работа с интернет источниками	Круглый стол

## 6. Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ».

### 6.1. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, описание шкал оценивания

№ п/п	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Шкала и критерии оценки, балл	Критерии оценивания компетенции
1.	Опрос	Сбор первичной информации по выяснению уровня усвоения пройденного материала	Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя со студентом на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний студента по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях	УК-9, ОПК-5

			для самостоятельной работы студента, а также может определяться преподавателем, ведущим практические занятия. Во время проведения опроса студент должен уметь решать стандартные задачи по темам курса.	
2	Круглый стол	Беседа преподавателя с обучающимися на определенную тему из учебной программы	«Зачтено» - если обучающийся демонстрирует знание материала по разделу, основанные на знакомстве с обязательной литературой и современными публикациями; дает логичные, аргументированные ответы на поставленные вопросы. Также оценка «зачтено» ставится, если обучающимся допущены незначительные неточности в ответах, которые он исправляет путем наводящих вопросов со стороны преподавателя. «Незачтено» - имеются существенные пробелы в знании основного материала по разделу, а также допущены принципиальные ошибки при изложении материала.	УК-9, ОПК-5

**6.2. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

№	Форма контроля/ коды оцениваемых компетенций	Процедура оценивания	Шкала и критерии оценки, балл
1.	Зачёт – УК-9, ОПК-5	Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в	Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 1-2 баллов

		<p>себя:</p> <p>Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;</p> <p>Задание №2 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины</p>	<p>Задание 2: 1-2 баллов</p> <p>Задание 3: 1-2 баллов</p> <p><b>«Зачтено»</b></p> <p><b>-«5» (отлично)</b> – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-«4» (хорошо)</b>– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.</p> <p><b>-«3» (удовлетворительно)</b>– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.</p> <p><b>«Незачтено»</b></p> <p><b>-«2» (неудовлетворительно)</b>– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены</p>
2.	<b>Тестирование (на зачете) - УК-9, ОПК-5</b>	Полнота знаний теоретического контролируемого материала. Количество правильных ответов	<p>«отлично» - процент правильных ответов 80-100%;</p> <p>«хорошо» - процент правильных ответов 65-79,9%;</p> <p>«удовлетворительно» - процент правильных ответов 50-64,9%;</p> <p>«неудовлетворительно» - процент правильных ответов менее 50%.</p>

**6.3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения основной профессиональной образовательной программы**

#### **Тема 1. Средства массовой информации и рынок.**

Перечень вопросов для обсуждения на практических занятиях:

1. Журналистика и экономический фактор
2. Журналистская информация как товар
3. Информационный рынок
4. Правовые и экономические Формы организации информационного бизнеса
5. Финансовый капитал на информационном рынке

## **Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга.**

Перечень вопросов для обсуждения на практических занятиях:

1. Редакционно-издательский маркетинг
2. Финансовая база редакции и компании
3. Бюджет редакции печатного периодического издания
4. Реклама в периодическом издании
5. Ценовая политика редакции
6. Прибыль редакции
7. Бюджет телерадиокомпании информационного агентства
8. Экономические принципы редакционной деятельности

## **Тема 3. Основы редакционного менеджмента.**

Перечень вопросов для обсуждения на практических занятиях:

1. Менеджмент и редакция
2. Управление редакционным коллективом
3. Экономические основы труда журналиста
4. Менеджмент и периодическое издание
5. Распространение периодического издания
6. Менеджмент и бизнес-план редакции
7. Менеджмент и этика
8. Менеджмент и закон

### **Тематика рефератов:**

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам.
2. Формы объединений на рынке масс-медиа.
3. Концентрация, монополизация и диверсификация на мировом рынке масс-медиа и в странах СНГ.
4. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
5. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
6. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
7. Специфика брендинга в СМИ.
8. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
9. От подписной кампании — к бренду и корпоративному стилю.
10. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
11. Издержки, себестоимость продукции и структура затрат редакции.
12. Менеджмент СМИ и его функции.
13. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда.
14. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
15. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Налоговые аспекты работы редакции.
16. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
17. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
18. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.

### **6.4 Типовые задания для проведения промежуточной аттестации обучающихся**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проводится в форме зачёта.

**Задания 1 типа (теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины):**

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

2. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
3. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ.
4. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
5. Основные и оборотные фонды предприятия - редакции СМИ.
6. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
7. Бизнес-план редакции, его свойства и типология.
8. Организационная структура редакции и штатное расписание.
9. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
10. Бизнес-план редакции, его структура.
11. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг.
12. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
13. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
14. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
15. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
16. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
17. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
18. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
19. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
20. Затратный и иные методы ценообразования.
21. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
22. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ. Маркетинговый и рекламный бюджет.
23. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
24. Понятия издержек и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
25. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
26. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.
27. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
28. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
29. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
30. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
31. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
32. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
33. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
34. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
35. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.
36. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
37. Налоговые аспекты работы редакции. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
38. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
39. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.

40. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
41. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.
42. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
43. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
44. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
45. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
46. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
47. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства. Точка безубыточности и критический объем производства.
48. Составляющие комплекса маркетинга.
49. Характеристика рыночной экономической системы, ее отличия от командно-административной экономики.
50. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
51. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.

**Задания 2 типа (задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины):**

**1. Задание**

Рынок в широком смысле - это:  
 площадка для торга  
 совокупность покупателей товаров и услуг  
 совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена  
 грабительский механизм для эксплуатации трудящихся масс

**2. Задание**

Бюджетное управление означает, что:  
 можно тратить максимум, все оплатят из бюджета  
 нельзя тратить больше, чем заработал, есть жесткий план расходов  
 бюджетом редакции единолично управляет главный бухгалтер

**3. Задание**

Позиционирование - это:  
 определение характерных черт товара, отличающих его от товаров- конкурентов, связанное с укреплением на конкретном сегменте рынка  
 ориентация на группу потребителей, одинаково реагирующих на комплекс маркетинга  
 определение идеологической позиции  
 своя позиция в рейтинге

**4. Задание**

Двойственность СМИ связана со следующими подходами к исследованию медиа  
 медицентрический  
 общественно-центрический  
 культуралистский  
 материалистический

**5. Задание**

Материалистический подход к исследованию СМИ заключается в рассмотрении их как в зависимости от развития технических средств  
 рассмотрении их в контексте развития общественных систем  
 рассмотрении экономических аспектов деятельности СМИ

### **6. Задание**

Юридическим лицам медиапредприятие предоставляет следующие услуги  
распространение идеологии, мировоззрения, выгодных учредителям СМИ  
распространение информации о деятельности юридических лиц  
развлекательные услуги

### **7. Задание**

Новостная информация распространяется преимущественно  
ТВ и радио  
Газеты  
Журналы

### **8. Задание**

Рынок двойного продукта в СМИ означает, что  
они действуют на двух рынках: информационном и рекламном  
одновременно производят ТВ контент и контент печатных СМИ

### **9. Задание**

Информационные корпорации (издательские дома, медиахолдинги), как правило, формируют  
конвенциональный рынок  
диссидентский рынок

### **10. Задание**

В случае самостоятельного медиапредприятия, не входящего в интегрированные бизнес-  
группы, предпринимательство и бизнес  
можно считать синонимичными  
нельзя считать синонимичными

### **11. Задание**

Организационно-правовой формой канала «Россия» является  
АО  
ООО  
ФГУП

### **12. Задание**

Основная тенденция медиабизнеса в 2000-е годы  
движение в сторону совершенной конкуренции  
укрупнение и монополизация СМИ

### **13. Задание**

Экономика СМИ — это  
наука о выпуске печатных СМИ  
наука о рекламной деятельности электронных СМИ  
наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакции СМИ

### **14. Задание**

По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИ бывают  
хозрасчётно-бюджетные  
специализированные  
общественно-политические  
региональные

### **15. Задание**

Учредитель СМИ — это  
физическое или юридическое лицо, исполняющее определённые, отражённые в Учредительном договоре обязанности по отношению к какому-либо СМИ  
учреждение, спонсирующее СМИ  
управляющий в редакции СМИ

#### **16. Задание**

Редакция печатного СМИ как юридическое лицо обязана  
иметь свидетельство о регистрации  
иметь тираж свыше 1000 экземпляров  
иметь в составе соучредителей только юридических, а не физических лиц

#### **17. Задание**

Редакция СМИ  
обязательно входит в состав соучредителей СМИ  
не входит в состав соучредителей СМИ  
может входить, а может не входить в состав соучредителей СМИ

#### **18. Задание**

Менеджер в редакции СМИ  
осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива  
занимается реализацией продукции СМИ  
занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ

#### **19. Задание**

Один из эффективных способов выживания СМИ в современных условиях  
создание концернов и синдикатов  
переход на самокупаемость  
сокращение штата сотрудников

#### **20. Задание**

Учредитель  
имеет право уволить сотрудника редакции СМИ  
не имеет права уволить сотрудника редакции СМИ

#### **21. Задание**

Соучредитель  
имеет право закрыть СМИ  
не имеет права закрыть СМИ

### **6.5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

С целью определения уровня овладения компетенциями, закрепленными за дисциплиной, в заданные преподавателем сроки проводится текущий и промежуточный контроль знаний, умений и навыков каждого обучающегося.

Все виды текущего контроля осуществляются на практических занятиях. Исключение составляет устный опрос, который может проводиться в начале или конце лекции в течение 15-20 мин. с целью закрепления знаний терминологии по дисциплине. При оценке компетенций принимается во внимание формирование профессионального мировоззрения, определенного уровня включённости в занятия, рефлексивные навыки, владение изучаемым материалом.

Процедура оценивания компетенций обучающихся основана на следующих стандартах:

1. Периодичность проведения оценки.

2. Многоступенчатость: оценка (как преподавателем, так и обучающимися группы) и самооценка обучающегося, обсуждение результатов и комплекс мер по устранению недостатков.

3. Единство используемой технологии для всех обучающихся, выполнение условий сопоставимости результатов оценивания.

4. Соблюдение последовательности проведения оценки.

**Текущая аттестация обучающихся.** Текущая аттестация обучающихся по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проводится в соответствии с локальными нормативными актами СГТИ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проводится в форме опроса и контрольных мероприятий по оцениванию фактических результатов обучения обучающихся и осуществляется преподавателем дисциплины.

Объектами оценивания выступают:

1. учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
2. степень усвоения теоретических знаний в качестве «ключей анализа»;
3. уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
4. результаты самостоятельной работы (изучение книг из списка основной и дополнительной литературы).

Активность обучающегося на занятиях оценивается на основе выполненных обучающимся работ и заданий, предусмотренных данной рабочей программой дисциплины.

Кроме того, оценивание обучающегося проводится на текущем контроле по дисциплине. Оценивание обучающегося на контрольной неделе проводится преподавателем независимо от наличия или отсутствия обучающегося (по уважительной или неуважительной причине) на занятии. Оценка носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период.

Оценивание обучающегося носит комплексный характер и учитывает достижения обучающегося по основным компонентам учебного процесса за текущий период с выставлением оценок в ведомости.

**Промежуточная аттестация обучающихся.** Промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проводится в соответствии с локальными нормативными актами СГТИ и является обязательной.

Промежуточная аттестация по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проводится в соответствии с учебным планом в период зачетно-экзаменационной сессии в соответствии с графиком проведения.

Обучающиеся допускаются к зачету по дисциплине в случае выполнения им учебного плана по дисциплине: выполнения всех заданий и мероприятий, предусмотренных программой дисциплины.

Оценка знаний обучающегося на зачете определяется его учебными достижениями в семестровый период и результатами текущего контроля знаний и выполнением им заданий.

Знания умения, навыки обучающегося на зачете оцениваются как: «зачтено», «незачтено».

Основой для определения оценки служит уровень усвоения обучающимися материала, предусмотренного данной рабочей программой.

## **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины**

### **а) основная учебная литература:**

1. Емельянов, С. М. Коммуникационный менеджмент в связях с общественностью : учебное пособие / С. М. Емельянов, А. В. Пряхина ; под редакцией С. М. Емельянова. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2024. — 272 с. — ISBN 978-5-9729-1811-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143604.html> . - ЭБС «IPRbooks»

2. Гребнев Л.С. Экономика для бакалавров [Электронный ресурс] / Л.С. Гребнев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Логос, 2013. — 240 с. — 978-5-98704-655-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14328.html> .— ЭБС «IPRbooks»

3. Дорофеева, Л. И. Менеджмент : учебник / Л. И. Дорофеева. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 514 с. — ISBN 978-5-4497-3446-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142245.html> .— ЭБС «IPRbooks»

4. Бессонов С.И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике [Электронный ресурс] : учебное пособие / С.И. Бессонов. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 124 с. — 978-5-7996-1004-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html> .— ЭБС «IPRbooks»

#### **б) дополнительная учебная литература:**

1. Экономика : учебно-методическое пособие / Л. Б. Ефремова, А. С. Кокорев, А. Г. Германович, О. Н. Маргалитадзе ; под редакцией Н. И. Иванова. — 2-е изд. — Москва : Научный консультант, 2024. — 222 с. — ISBN 978-5-907330-09-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140416.html> . - ЭБС «IPRbooks»

2. Хамаганова, К. В. Бренд-менеджмент : учебное пособие / К. В. Хамаганова. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. — 125 с. — ISBN 978-5-7937-2279-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140105.html> . - ЭБС «IPRbooks»

3. Колодий Н.А. Новая экономика – экономика ощущений [Электронный ресурс] : учебное пособие / Н.А. Колодий. — Электрон. текстовые данные. — Томск: Томский политехнический университет, 2013. — 327 с. — 978-5-4387-0341-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34686.html> .— ЭБС «IPRbooks»

4. Любимцева О.Ю. Экономика информационного общества [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Ю. Любимцева, А.Л. Тарутин. — Электрон. текстовые данные. — М. : Московский городской педагогический университет, 2013. — 40 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/26663.html> .— ЭБС «IPRbooks»

### **8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

<b>Вид деятельности</b>	<b>Методические указания по организации деятельности студента</b>
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; помечать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии.
Практические занятия	Проработка рабочей программы, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников. Работа с конспектом лекций, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с текстом. Прослушивание аудио- и видеозаписей по заданной теме, решение расчетно-графических

	заданий, решение задач по алгоритму и др.
Индивидуальные задания	Знакомство с основной и дополнительной литературой, включая справочные издания, зарубежные источники, конспект основных положений, терминов, сведений, требующихся для запоминания и являющихся основополагающими в этой теме. Составление аннотаций к прочитанным литературным источникам и др.
Самостоятельная работа	<p>Самостоятельная работа проводится с целью: систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений обучающихся; углубления и расширения теоретических знаний студентов; формирования умений использовать нормативную, правовую, справочную документацию, учебную и специальную литературу; развития познавательных способностей и активности обучающихся: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности, организованности; формирование самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, совершенствованию и самоорганизации; формирования профессиональных компетенций; развитию исследовательских умений обучающихся. Формы и виды самостоятельной работы: чтение основной и дополнительной литературы – самостоятельное изучение материала по рекомендуемым литературным источникам; работа с библиотечным каталогом, самостоятельный подбор необходимой литературы; работа со словарем, справочником; поиск необходимой информации в сети Интернет; конспектирование источников; реферирование источников; составление аннотаций к прочитанным литературным источникам; составление рецензий и отзывов на прочитанный материал; составление обзора публикаций по теме; составление и разработка терминологического словаря; составление хронологической таблицы; составление библиографии (библиографической картотеки); подготовка к различным формам текущей и промежуточной аттестации (к тестированию, зачету, экзамену); выполнение домашних контрольных работ; самостоятельное выполнение практических заданий репродуктивного типа (ответы на вопросы, тесты; выполнение творческих заданий). Технология организации самостоятельной работы обучающихся включает использование информационных и материально-технических ресурсов образовательного учреждения: библиотеку с читальным залом, укомплектованную в соответствии с существующими нормами; учебно-методическую базу учебных кабинетов, лабораторий и зала кодификации; компьютерные классы с возможностью работы в сети Интернет; аудитории (классы) для консультационной деятельности; учебную и учебно-методическую литературу, разработанную с учетом увеличения доли самостоятельной работы студентов, и иные методические материалы. Перед выполнением обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы преподаватель проводит консультирование по выполнению задания, который включает цель задания, его содержания, сроки выполнения, ориентировочный объем работы, основные требования к результатам работы, критерии оценки. Во время выполнения обучающимися внеаудиторной самостоятельной работы и при необходимости преподаватель может проводить индивидуальные и групповые консультации. Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами обучающихся в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений обучающихся. Контроль самостоятельной работы предусматривает:</p> <p>соотнесение содержания контроля с целями обучения; объективность контроля;</p>

	<p>валидность контроля (соответствие предъявляемых заданий тому, что предполагается проверить);          дифференциацию контрольно-измерительных материалов.          Формы контроля самостоятельной работы:          просмотр и проверка выполнения самостоятельной работы преподавателем;          организация самопроверки,          взаимопроверки выполненного задания в группе; обсуждение результатов выполненной работы на занятии;          проведение письменного опроса;          проведение устного опроса;          организация и проведение индивидуального собеседования; организация и проведение собеседования с группой;          защита отчетов о проделанной работе.</p>
Опрос	<p>Опрос - это средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной, и рассчитанное на выявление объема знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Проблематика, выносимая на опрос определена в заданиях для самостоятельной работы обучающегося, а также может определяться преподавателем, ведущим семинарские занятия. Во время проведения опроса обучающийся должен уметь обсудить с преподавателем соответствующую проблематику на уровне диалога.</p>
Коллоквиум	<p>Коллоквиум (от латинского colloquium – разговор, беседа) – одна из форм учебных занятий, беседа преподавателя с учащимися на определенную тему из учебной программы. Цель проведения коллоквиума состоит в выяснении уровня знаний, полученных учащимися в результате прослушивания лекций, посещения семинаров, а также в результате самостоятельного изучения материала. В рамках поставленной цели решаются следующие задачи:          выяснение качества и степени понимания учащимися лекционного материала;          развитие и закрепление навыков выражения учащимися своих мыслей;          расширение вариантов самостоятельной целенаправленной подготовки учащихся;          развитие навыков обобщения различных литературных источников;          предоставление возможности учащимся сопоставлять разные точки зрения по рассматриваемому вопросу.          В результате проведения коллоквиума преподаватель должен иметь представление:          о качестве лекционного материала;          о сильных и слабых сторонах своей методики чтения лекций;          о сильных и слабых сторонах своей методики проведения семинарских занятий;          об уровне самостоятельной работы учащихся;          об умении обучающихся вести дискуссию и доказывать свою точку зрения;          о степени эрудированности учащихся;          о степени индивидуального освоения материала конкретными обучающимися.          В результате проведения коллоквиума обучающийся должен иметь представление:          об уровне своих знаний по рассматриваемым вопросам в соответствии с требованиями преподавателя и относительно других студентов группы;</p>

	<p>о недостатках самостоятельной проработки материала;  о своем умении излагать материал;  о своем умении вести дискуссию и доказывать свою точку зрения.</p> <p>В зависимости от степени подготовки группы можно использовать разные подходы к проведению коллоквиума. В случае, если большинство группы с трудом воспринимает содержание лекций и на практических занятиях демонстрирует недостаточную способность активно оперировать со смысловыми единицами и терминологией курса, то коллоквиум можно разделить на две части. Сначала преподаватель излагает базовые понятия, содержащиеся в программе. Это должно занять не более четверти занятия. Остальные три четверти необходимо посвятить дискуссии, в ходе которой обучающиеся должны убедиться и, главное, убедить друг друга в обоснованности и доказательности полученного видения вопроса и его соответствия реальной практике. Если же преподаватель имеет дело с более подготовленной, самостоятельно думающей и активно усваивающей смысловые единицы и терминологию курса аудиторией, то коллоквиум необходимо провести так, чтобы сами обучающиеся сформулировали изложенные в программе понятия, высказали несовпадающие точки зрения и привели практические примеры. За преподавателем остается роль модератора (ведущего дискуссии), который в конце «лишь» суммирует совместно полученные результаты.</p>
Тестирование	<p>Контроль в виде тестов может использоваться после изучения каждой темы курса. Итоговое тестирование можно проводить в форме:</p> <p>компьютерного тестирования, т.е. компьютер произвольно выбирает вопросы из базы данных по степени сложности;</p> <p>письменных ответов, т.е. преподаватель задает вопрос и дает несколько вариантов ответа, а обучающийся на отдельном листе записывает номера вопросов и номера соответствующих ответов.</p> <p>Для достижения большей достоверности результатов тестирования следует строить текст так, чтобы у обучающихся было не более 40 – 50 секунд для ответа на один вопрос. Итоговый тест должен включать не менее 60 вопросов по всему курсу. Значит, итоговое тестирование займет целое занятие. Оценка результатов тестирования может проводиться двумя способами:</p> <p>1) по 5-балльной системе, когда ответы студентов оцениваются следующим образом:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- «отлично» – более 80% ответов правильные;</li> <li>- «хорошо» – более 65% ответов правильные;</li> <li>- «удовлетворительно» – более 50% ответов правильные.</li> </ul> <p>Обучающиеся, которые правильно ответили менее чем на 70% вопросов, должны в последующем пересдать тест. При этом необходимо проконтролировать, чтобы вариант теста был другой;</p> <p>2) по системе зачет-незачет, когда для зачета по данной дисциплине достаточно правильно ответить более чем на 70% вопросов.</p>
Подготовка к зачету	<p>При подготовке к зачету необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др. Основное в подготовке к зачету по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» - это повторение всего материала дисциплины. При подготовке к зачету обучающийся весь объем работы должен распределять равномерно по дням, отведенным для подготовки к зачету, контролировать каждый день выполнение намеченной работы. Подготовка к зачету включает в себя три этапа:</p> <p>самостоятельная работа в течение семестра;</p> <p>непосредственная подготовка в дни, предшествующие зачету по темам</p>

	<p>курса; подготовка к ответу на задания, содержащиеся тестах. Для успешной сдачи зачета по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» обучающиеся должны принимать во внимание, что: все основные вопросы, указанные в рабочей программе, нужно знать, понимать их смысл и уметь его разъяснить; указанные в рабочей программе формируемые профессиональные компетенции в результате освоения дисциплины должны быть продемонстрированы студентом; семинарские занятия способствуют получению более высокого уровня знаний и, как следствие, более высокой оценке на зачете; готовиться к зачету необходимо начинать с первой лекции и первого семинара.</p>
--	--

### **9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Для осуществления образовательного процесса по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» необходимо использование следующих помещений:

- Материально-техническое обеспечение дисциплины включает в себя: учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения (мебель аудиторная (столы, стулья, доска), стол, стул преподавателя) и технические средства обучения (персональный компьютер; мультимедийное оборудование);
- помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГТИ.

### **10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, в том числе комплект лицензионного программного обеспечения, электронно-библиотечные системы, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

Обучающиеся обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде СГТИ из любой точки, в которой имеется доступ к сети «Интернет», как на территории организации, так и вне ее.

#### **10.1 Лицензионное программное обеспечение:**

1. Microsoft Open License, Windows 7 Professional.
2. Microsoft Office Professional.
3. WinRAR.
4. AST Test.
5. Антивирус Avira.
6. Графическая платформа labVIEW2012 для лабораторных практикумов.
7. Пакет программ 1С V8.3.
8. Система автоматизированного проектирования и черчения AutoCAD.
9. Система автоматизированного проектирования Mathcad V14.
10. Система автоматизированного проектирования – КОМПАС 3D V9.
11. Программное обеспечение для компьютерного лингафонного кабинета Linco v 8.2.

#### **10.2. Электронно-библиотечная система:**

Электронная библиотечная система (ЭБС): <http://www.iprbookshop.ru>  
Образовательная платформа Юрайт: <https://urait.ru>

#### **10.3. Современные профессиональные баз данных:**

- Электронная библиотечная система «IPRbooks» [Электронный ресурс]. – Электрон. дан. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru>
- Образовательная платформа Юрайт (<https://urait.ru> )
- Научная электронная библиотека <http://www.elibrary.ru>

#### **10.4. Информационные справочные системы:**

Компьютерная справочная правовая система «Консультант Плюс» <http://www.consultant.ru/>

### **11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья**

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья по личному заявлению обучающегося разрабатывается адаптированная образовательная программа, индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания: рефераты, письменные работы и, наоборот, только устные ответы и диалоги, индивидуальные консультации, использование диктофона и других записывающих средств для воспроизведения лекционного и семинарского материала.

В целях обеспечения обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья библиотека комплектует фонд основной учебной литературой, адаптированной к ограничению их здоровья, предоставляет возможность удаленного использования электронных образовательных ресурсов, доступ к которым организован в СГТИ. В библиотеке проводятся индивидуальные консультации для данной категории пользователей, оказывается помощь в регистрации и использовании сетевых и локальных электронных образовательных ресурсов, предоставляются места в читальном зале, оборудованные программами невидимого доступа к информации, экранными увеличителями и техническими средствами усиления остаточного зрения: Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная лупа; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранный диктор; Microsoft Windows 7, Центр специальных возможностей, Экранная клавиатура.

## 12. Лист регистрации изменений

Рабочая программа учебной дисциплины обсуждена и утверждена на заседании Ученого совета от «30» мая 2025 г. протокол № 8.

№ п/п	Содержание изменения	Реквизиты документа об утверждении изменения	Дата введения изменения
1.	Утверждена решением Ученого совета на основании Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2017 г. N 524.	Протокол заседания Ученого совета от «29» августа 2025 года протокол № 1	29.08.2025
2.			
3.			