

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич
Должность: врио ректора
Дата подписания: 28.09.2022 11:19:25
Уникальный программный ключ:
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель ООП

Е.Н. Брызгалова
«01» сентября 2022 г.

АННОТАЦИЯ дисциплины

ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Профиль

Периодические издания и мультимедийная журналистика

Для студентов 4 курса очной формы обучения

Составитель: *к.псих.н. А.В. Новоторцева*

Тверь, 2022

I. Аннотация

1. Цель и задачи дисциплины

Целью освоения дисциплины является:

- сформировать у студента общие представления о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента,

Основные задачи дисциплины:

1. Формирование начальных знаний по экономике и менеджменту СМИ;
2. Формирование у студентов понимания своей роли в укреплении экономической базы издания, оптимизации его имиджа и повышении конкурентоспособности.
3. Дать базовые знания о специфике контента СМИ как особого типа медиапродукта,
4. Способствовать выработке навыков практической деятельности в области редакционного менеджмента;
5. Помочь усвоить систему понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики (информационный рынок, рынок периодических изданий, тиражная политика редакции СМИ, доходная и расходная часть бюджета СМИ, ценовая политика редакции СМИ и др.).

2. Место дисциплины в структуре ООП

В ходе изучения курса «Экономика и менеджмент СМИ» рассматриваются такие ключевые понятия, как рыночная экономика и средства массовой информации; журналистская информация как товар; рынок информационных продуктов и услуг; средства массовой информации как объект маркетинга; реклама в периодических изданиях; бюджет редакций СМИ.

Также рассматриваются вопросы прибыли в средствах массовой информации; проблемы акционирования средств массовой информации; основы редакционного менеджмента; экономические основы труда журналиста; экономическая эффективность деятельности средств массовой информации.

Учебная дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» входит в блок 1, в обязательную часть дисциплин. При изучении данной дисциплины наполняется содержанием и осваивается технология создания коммуникативных актов, направленных на профессиональную деятельность, создание проектов, подготовка документации. Курс «Экономика и менеджмент СМИ» способствует повышению профессиональной культуры студентов. Дисциплина нацелена прежде всего на повышение уровня практического владения профессиональной терминологией, умения работать в коллективе.

Для изучения дисциплины необходимо знать специфику деятельности средств массовой информации, уметь анализировать деятельность СМИ с точки зрения журналистской информации, владеть навыками работы в журналистской сфере или в сфере СМИ, понимать основы экономической деятельности СМИ.

В результате освоения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» обучающийся должен:

3. Объем дисциплины: 3 зачетных единиц, 108 академических часов, в том числе:

контактная аудиторная работа: лекции 9 часов, практические занятия 9 часов,

контактная внеаудиторная работа: контроль самостоятельной работы 0; **самостоятельная работа:** 90 часов.

4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотношенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК – 2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2.2 Выявляет интересы общественных и государственных институтов, подбирает соответствующую форму медиапродукту для освещения их деятельности ОПК-2.3 Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов ОПК-2.4 Выбирает способы реализации медиапродукта и структурирует алгоритм освещения, в том числе с использованием тех или иных медийных возможностей
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 Объясняет сущность медиакоммуникаций региона, страны и мира, знаком с политическими и экономическими механизмами их функционирования

5. Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения зачет, 8 семестр.

6. Язык преподавания русский.