

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 03.10.2023 12:53:53  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4fcc2ad1bf35f08

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



**УТВЕРЖДАЮ:**

Руководитель ООП

Е.Н. Брызгалова

«29» июня 2023 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.ф.н., доцент Петренко Е.В.*

Тверь, 2023

## 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
<b>ОПК – 2</b> 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
<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, 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.