

Аннотация рабочей программы дисциплины программы профессиональной переподготовки «Медиаменеджмент»

1. Наименование дисциплины: «Современный медиарынок»;

2. Автор-составитель: старший преподаватель ИОН РАНХиГС Поляков М.Л.;

3. Форма обучения: Очная форма обучения;

4. Цель освоения дисциплины Формирование у обучающихся представления об основных понятиях и форме организации медиаэкономики и медиабизнеса;

5. Основные темы дисциплины:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Основные понятия медиаэкономики	Определение понятий «медиаэкономика», «медиарынок», «товарная единица на медиарынке», «материальное и нематериальное на медиарынке».
Тема 2	Аспекты и структура медиарынка.	Законы спроса и предложения. Закон стоимости. Деление медиарынка на рынок ресурсов и информационный рынок. Рынок ресурсов охватывает все ресурсы, необходимые для производства журналистской информации и других медиатоваров. Собственно, информационный рынок образует среду, в которой происходит покупка и продажа медиатоваров, в которую входят рынки информации и идей, периодических изданий, распространителей и рынок покупателей информации. Каждый из них имеет несколько срезов.
Тема 3	Формы организации медиабизнеса.	Регистрация нового СМИ. Экономические предпосылки основания СМИ, обеспечение его экономической базы (финансовая, материально-техническая, рабочая, аудиторная база, база информации и распространения). Рассмотрение вопросов собственности СМИ. Права и обязанности учредителя. Формы юридического лица.
Тема 4	Финансовый капитал на медиарынке России.	Процесс концентрации СМИ в России начался в конце 1990-х гг. с издательско-производственных объединений, продолжился созданием издательских домов, информационно-издательских компаний, затем – основанием издательских концернов. Основные отличия издательско- производственных объединений, издательских домов, концернов и холдингов. Российские и иностранные капиталы на медиарынке. Методы проникновения иностранного капитала на российский медиарынок.
Тема 5	Бюджет редакции печатного СМИ.	Тиражная и ценовая политика редакции. Доходная и расходная части бюджета. Оптимальный тираж. Роль розницы и подписки. Выручка от публикации рекламы. Доходы от рекламы. Дополнительные источники доходов газетных и журнальных редакций. Расходы (общередакционные, издательские).
Тема 6	Бюджет телерадиокомпаний.	Структура бюджета телерадиокомпаний. Содержание его доходной и расходной частей определяется особенностями СМИ, его типом, разделением на государственные и негосударственные СМИ, рыночной конъюнктурой. Различия вещательных и производящих телерадиокомпаний.
Тема 7	Бюджет информагентства.	Особенности бюджета информагентства определяются его типом (государственное, негосударственное). «Узкоспециальные» и «универсальные» информагентства. Конкуренция между агентствами побуждает их искать дополнительные источники доходов. Мобильная телефония как новое СМИ. Редакции мобильных СМИ: их функции и инновационное значение.
Тема 8	Особенности медиаменеджмента.	Понятие медиаменеджмента. Цели редакционного медиаменеджмента. Реализация принципов. Производственный и финансовый медиаменеджмент. Менеджер низшего, среднего и высшего звена.

6. Форма текущего контроля успеваемости: Устный опрос;

Формой промежуточной аттестации является Зачет с оценкой в виде устного ответа на вопросы.

7. Дисциплина формирует следующие компетенции:

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПСК-3	Способность использовать современные методы управления корпоративными финансами для решения стратегических задач	Знания: основные методы экономического и стратегического анализа мировых рынков и международных отношений
		Умения: адаптироваться к условиям работы в составе многоэтнических и интернациональных групп
		Практический опыт: контроль за разработкой и реализацией бизнес-планов и коммерческих условий заключаемых соглашений, договоров и контрактов

8. Основная литература:

1. Кметь, Е. Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление : учебник для магистров / Е. Б. Кметь. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. — ISBN 978-5-9908055-3-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/54491.html>
2. Осинцева Л.А. Технология, показатели качества, безопасности и товароведная оценка меда [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Осинцева. — Электрон. текстовые данные. — Новосибирск: Новосибирский государственный аграрный университет, 2012. — 133 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/64790.html>