

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение высшего профессионального образования
«Амурский государственный университет»

Кафедра журналистики

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКИЙ КОМПЛЕКС ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика и менеджмент СМИ

Основной образовательной программы по специальности 030601.65 «Журналистика»

Благовещенск 2012

УМКд разработан А.Г. Закаблук, к.пс..н., доцентом кафедры журналистики

Рассмотрен и рекомендован на заседании кафедры журналистики

Протокол заседания кафедры от «_15_» _____ 10 _____ 2012г. № __2__

Зав. кафедрой __О.В. Монастырёва _____

УТВЕРЖДЕН

Протокол заседания УМС по специальности 030601.65 «Журналистика»

от «_15_» _____ 10 _____ 2012_г. № __2__

Председатель УМС __О.В. Монастырёва _____

СОДЕРЖАНИЕ

1. Рабочая программа дисциплины	4
1.1. Основной образовательной программы по специальности 030601.65 «Журналистика»	4
2. Краткое изложение программного материала	15
3. Методические указания (рекомендации)	20
3.1. Методические указания для преподавателя по изучению дисциплины	20
3.2. Методические указания по самостоятельной работе студентов	27
4. Контроль знаний	36
4.1. Текущий контроль знаний	36
4.2. Итоговый контроль знаний	37
5. Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе	39

1. РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины является формирование у студентов - будущих журналистов - 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 дисциплины

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

1.2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП ВПО

Выписка из ГОС ВПО (ОПД.Ф.17.Экономика и менеджмент СМИ)

Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ.

Массовая информация как товар на информационном рынке.

Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура.

Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Экономические предпосылки. Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.

Финансовый капитал на информационном рынке.

Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба.

Финансовая политика редакции и компании. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства.

Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции, их структура. Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции.

Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции.

Ценовая политика редакции, ее направления.

Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования.

Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.

Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.

Основы редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента.

Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика редакции. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности.

Менеджмент и управление редакционным коллективом. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Менеджмент и организация редакционной деятельности.

Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе.

Менеджмент и периодическое издание. Имидж периодического издания. Его название как фирменное имя, торговая марка. Дизайн издания и его популярность.

Распространение периодического издания. Рынок распространителей. Стратегия и тактика распространения. Методы распространения и реализации тиража. Редакционная служба распространения.

Менеджмент и этика. Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Воспитание у них экономического мышления.

Менеджмент и закон. Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента. Отрицательные последствия их нарушения.

Дисциплина относится к ОПД.Ф.17«Экономика и менеджмент СМИ».

Изучая данную дисциплину, студенты применяют к специфике конкретной отрасли, в которой им предстоит работать, свои знания, полученные в курсах «Экономическая теория» и «Экономика». В результате студент сможет сформировать понимание экономических процессов, которое будет применимо к анализу дел непосредственно в той редакции, в том агентстве или предприятии, где он будет трудиться.

1.3. ТРЕБОВАНИЯ К УСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

1) Знать:

- специфику медиа-бизнеса и СМИ как товара, формы предприятий и источники их финансирования, структуру и задачи бизнес-плана;
- основные понятия маркетинга и маркетинговой коммуникации, принципы и этапы построения маркетинговой стратегии, а также брэндинга применительно к СМИ;
- основные понятия менеджмента, его функции и методы;
- принципы финансового управления и методы экономического анализа деятельности предприятия в сфере периодической печати, аудиовизуальных и электронных СМИ.

2) Уметь:

- составлять концепцию бизнес-плана редакции и стратегию маркетинга и брэндинга для СМИ;
- проводить анализ рынка, планировать подписные и рекламные кампании, систему распространения СМИ;
- читать баланс и иную отчетность предприятия, анализировать основные показатели хозяйственной деятельности;
- рассчитывать варианты безубыточной работы СМИ, определять критический объем производства и точку безубыточности.

3) Владеть практическими навыками работы с экономической информацией и данными о работе предприятия – редакции СМИ, понимать и решать задачи управления и планирования стратегии работы на рынке.

1.4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа.

№ п / п	Раздел дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Формы текущего контроля успеваемости (по неделям семестра) Форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практич.	Лаб. раб.	СРС	
	<i>Раздел 1. Средства массовой информации и рынок</i>			2	-		2	Тест ИДЗ
1	Введение. Журналистика и экономический фактор	5	1	2	-	-	2	Тест ИДЗ
2	Журналистская информация как товар	5	2	2	-	-	2	Тест ИДЗ
3	Информационный рынок	5	3	2	-	-	2	Тест ИДЗ
4	Правовые и экономические Формы организации информационного бизнеса	5	4	2	-	-	2	Тест ИДЗ
5	Финансовый капитал на информационном рынке	5	5	2	-	-	2	Тест ИДЗ
	<i>Раздел 2. Основы редакционно-издательского маркетинга</i>			2	-	-		
6	Редакционно-издательский маркетинг	5	6	2	-	-	2	Тест ИДЗ
7	Финансовая база редакции и компании	5	7	2	-	-	2	Тест ИДЗ
8	Бюджет редакции печатного периодического издания	5	8	2	-	-	2	Тест ИДЗ
9	Реклама в периодическом издании	5	9	2	-	-	2	Тест ИДЗ
10	Ценовая политика редакции	5	10	2	-	-	2	Тест ИДЗ
11	Прибыль редакции	5	11	2	-	-	2	Тест ИДЗ
12	Бюджет телерадиокомпании информационного агентства	5	12	2	-	-	2	Тест ИДЗ
13	Экономические принципы редакционной деятельности	5	13	2	-		2	Тест ИДЗ
	<i>Раздел 4. Основы редакционного менеджмента редакционной</i>			2	-			
14	Менеджмент и редакция	5	14	2	-		2	Тест ИДЗ
15	Управление редакционным коллективом	5	15	2	-		2	Тест ИДЗ
16	Экономические основы труда журналиста	5	16	2	-		2	Тест ИДЗ

17	Менеджмент и периодическое издание	5	17	1	-		1	Тест ИДЗ
18	Распространение периодического издания	5	17	1	-		1	Тест ИДЗ
19	Менеджмент и бизнес-план редакции	5	18	1	-		1	Тест ИДЗ
19	Менеджмент и этика	5	18	0,5	-		0,5	Тест ИДЗ
20	Менеджмент и закон	5	18	0,5	-		0,5	Тест ИДЗ
	Итого			36	-		36	Экзамен

1.5 СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ И ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

1.5.1. Лекции

п/п	№ раздела и темы дисциплины	Содержание темы	Трудоемкость в часах
	<i>Раздел 1. Средства массовой информации и рынок</i>		
1	Введение. Журналистика и экономический фактор	Экономика СМИ как особая область практической деятельности и связанного с ней научного знания. Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ. Особенности их развития в различных общественных системах. Экономика СМИ как предмет изучения. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики. Система понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики: информационный рынок, редакционно-издательский маркетинг, редакционный менеджмент, редакционный бюджет и др.	2
2	Журналистская информация как товар	Журналистика как разновидность духовного производства. Его продукция: журналистская информация и ее носители. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Ее особенности. Товарная единица на информационном рынке.	2
3	Информационный рынок	Закономерности формирования и развития информационного рынка. Его аспекты и структура. Ресурсные рынки. Финансовый рынок. Рынок рабочей силы (труда). Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов — бумаги и др. Рынок информации и идей. Аспекты рыночной среды. Рынок периодических изданий. Рынок распространителей. Рынок продавцов и рынок покупателей. Особенности рынка, связанные со спецификой различных СМИ: рынки периодической печати, телевидения, радио, информационных агентств, электронной информации. Территориальные аспекты информационного рынка.	2

		Местный рынок, региональный, межрегиональный, общенациональный, столичный, мировой. Роль сети Интернет. Языковой аспект рынка.	
4	Правовые и экономические Формы организации информационного бизнеса	Предпосылки основания периодического издания. Правовые предпосылки. Регистрация СМИ. Правовые отношения учредителя, владельца, издателя, редакции. Экономические предпосылки. Экономическая база издания. Проблемы собственности в информационном бизнесе. Владение периодическим изданием и его названием. Организационно-правовые формы организации информационного бизнеса. Государственное (муниципальное) учреждение. Автономная некоммерческая организация. Унитарное предприятие. Общество с ограниченной ответственностью. Общество с дополнительной ответственностью. Акционерное общество открытого и закрытого типа.	2
5	Финансовый капитал на информационном рынке	Российский капитал на информационном рынке. Процесс концентрации средств массовой информации. Издательско-производственное объединение. Издательский дом. Информационно-издательская компания. Информационный холдинг. Финансово-информационный концерн. Угроза монополизации информационного рынка. Иностраный капитал на российском информационном рынке.	2
	<i>Раздел 2. Основы редакционно-издательского маркетинга</i>		
6	Редакционно-издательский маркетинг	Понятие маркетинга. Редакционно-издательский маркетинг: особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка, выбор сегмента. Позиционирование периодического издания: выбор информационной ниши, ее виды. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации. Изучение целевой аудитории издания. Направления и методы изучения. Изучение возможностей продвижения издания на рынок (промоушн). Выбор времени его выхода на рынок. Конкуренция на рынке периодических изданий. Изучение конкурентного издания. Конкурентные ситуации на рынке. Наблюдение за своим изданием, его цели. Планирование маркетинга и его методы. Маркетинговые прогнозы. Пробный номер. Реклама издания. PR-акции. Маркетинговая кампания. Служба маркетинга. Бюджет маркетинга.	2
7	Финансовая база ре-	Тема 1. Финансовая база редакции и компании	2

	дакции и компании	Финансовая база издания. Уставный фонд. Стартовый капитал. Основные фонды редакции. Оборотный капитал. Источники средств. Дотирование периодического издания. Спонсирование издания. Самофинансирование издания.	
8	Бюджет редакции печатного периодического издания	Расходная часть бюджета. Общередакционные расходы. Фонд оплаты труда. Системы оплаты труда журналистов. Издательские расходы. Литературный гонорар. Производственные расходы. Стоимость бумаги, типографских работ, распространения. Налоги. Доходная часть бюджета. Бюджет и баланс печатного периодического издания, его структура. Выручка от реализации тиража. Тиражная политика редакции. Оптимальный тираж издания. Доходы от публикации рекламы. Публикация частных объявлений. Издательская деятельность редакции. Выпуск приложений. Издание книжной литературы. Совместные издания. Коммерческая деятельность редакции. Аренда полос номера.	2
9	Реклама в периодическом издании	Реклама и бизнес. Понятие рекламной информации. Реклама и паблик рилейшнз. Рекламные издания. Бесплатная рекламная газета. Роль публикации рекламы в обеспечении доходов издания. Рекламная политика редакции. Система публикации рекламных материалов: универсальная, специализированная, смешанная. Открытая и скрытая реклама. Строчная реклама.	2
10	Ценовая политика редакции	Направления ценовой политики редакции. Роль спроса и предложения, конкуренции на рынке, маркетинговой информации. Ценовая политика в процессе сбыта издания. Ценовая политика и тираж издания. Оптимальная цена номера. Отпускная, каталожная, подписная цена издания. Договорная, свободная цена номера. Ценовая политика и реклама. Оптимальная цена рекламы. Наценки и скидки на рекламу, зависимость от ее объема, размещения, срочности публикации, цветности и др. Ценовая политика в процессе производства издания. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.	2
11	Прибыль редакции	Балансовая прибыль редакции. Чистая прибыль. Возможности использования прибыли. Бюджетный дефицит и методы его ликвидации.	2
12	Бюджет телерадиокомпании информационного агентства	Бюджет телерадиокомпании — государственной и негосударственной, производящей и вещательной. Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов. Рекламная и ценовая политика компании. Особенности бюджета общенациональной и региональной компании. Бюджет информационного агентства – государственного и негосударственного, коммерческого, общенацио-	2

		нального и регионального. Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов.	
13	Экономические принципы редакционной деятельности	Экономические принципы редакционной деятельности. Понятие редакционного менеджмента. Его особенности, цели и задачи. Виды менеджмента: производственный, финансовый. Служба редакционного менеджмента. Его структура и организация работы. Требования к менеджеру. Менеджер финансовый, по производству, персоналу, по маркетингу (маркетолог), по распространению и др.	2
	<i>Раздел 4. Основы редакционного менеджмента редакционной</i>		
14	Менеджмент и редакция	Менеджмент и величина редакционного коллектива. Состав редакционного коллектива. Кадровая политика редакции. Источники редакционных кадров. Система найма работников. Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организационные принципы редакционной деятельности. Тенденции изменения структуры редакции и его экономический эффект. Информационный центр, пресс-группа. Коммерческая часть редакционного коллектива, ее подразделения. Редакционные и приредакционные структуры. Редакционные: бухгалтерия, отделы рекламы, объявлений, распространения, экспедиция, информагентство, издательство и др. Приредакционные: малые предприятия, совместные предприятия. Рекламное агентство. Сервисные и производственные предприятия. Правовые и экономические основы их отношений с редакцией. Формы и методы коммерческой деятельности редакции. Экономические основы структуры телерадиокомпании и информационного агентства.	2
15	Управление редакционным коллективом	Система методов управления редакцией. Уровни менеджмента в редакции. Главный редактор, ответственный секретарь, редакционный менеджер, редколлегия, руководители творческих, технических и коммерческих подразделений. Экономические методы управления коллективом. Направления функционирования редакции. Менеджмент и организация деятельности редакции, особенности моделирования и планирования издания. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции	2
16	Экономические основы труда журналиста	Журналист в редакционном коллективе. Мотивация его труда. Повышение профессиональных требований к журналистам. Сочетание универсальности со специализацией. Новые типы журналистской специализации. Требования новой техники. Интенсификация труда	2

		<p>журналиста. Повышение его ответственности.</p> <p>Экономические методы управления трудом журналиста. Творческое соревнование и конкуренция в редакции. Характер трудовых отношений между руководителями редакции и ее сотрудниками. Проблемы социальной защиты журналиста в рыночных условиях.</p>	
17	Менеджмент и периодическое издание	<p>Имидж периодического издания. Название издания — его фирменное имя. Значение оптимального моделирования издания, соотношения новостей, анализа и проблем. Роль менеджмента в укреплении связей издания с его целевой аудиторией, в ее расширении и закреплении. Работа с редакционной почтой, массовые мероприятия, их экономический эффект.</p> <p>Дизайн издания как одна из составляющих популярности издания. Совершенствование процесса подготовки, выпуска и производства номеров и программ. Техническая база периодического издания. Система технического оснащения редакции, подбор оборудования с учетом новейших технологий.</p>	1
18	Распространение периодического издания	<p>Значение распространения как завершающего этапа процесса подготовки и выпуска издания. Стратегия распространения. Тактика распространения. Методы распространения, их выбор в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, обслуживаемого региона, рыночной конъюнктуры и др. Подписка, подписная кампания. Розничная продажа. Оптовая продажа. Бесплатное распространение. Распространение издания за рубежом. Новые технологии распространения. Особенности распространения небольших местных изданий. Редакционная служба распространения. Организация ее работы. Рынок распространителей. «Роспечать» и системы альтернативного распространения. Распространители-посредники.</p>	1
19	Менеджмент и бизнес-план редакции	<p>Бизнес-план в системе редакционного планирования. Цели, предмет и виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана.</p>	1
19	Менеджмент и этика	<p>Этические нормы реализации идей редакционного менеджмента.</p> <p>Главный редактор, менеджер и сотрудник редакции - этические основы их взаимоотношений. Убеждение, аргументация, рекомендация, основные методы достижения целей менеджмента. Повышенная требовательность менеджера в пределах его компетенции.</p> <p>Борьба с нарушениями журналистской этики: скрытой рекламой, искаженной информацией, вторжением журналистов в частную жизнь и т.п.</p> <p>Воспитание экономического мышления у руководителей и сотрудников редакции. Многофункциональность роли менеджера. Необходимость обеспечения высокого уровня творческой и производственной деятельности работников редакции и ее экономической эффективности.</p>	0,5

		Ответственность менеджера за обеспечение существования издания.	
20	Менеджмент и закон	<p>Правовые основы редакционного менеджмента. Закон Российской Федерации о средствах массовой информации, дополнения и поправки к нему. Закон о государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации. Закон РФ о рекламе. Закон РФ об экономической поддержке районных (городских) газет. Закон РФ об авторском праве и смежных правах. Подзаконные акты. Необходимость учета в редакционной деятельности Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса РФ и законов, определяющих деятельность российских предприятий.</p> <p>Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения правовых норм в процессе редакционного менеджмента.</p> <p>Отрицательные последствия их нарушений – падение авторитета и популярности издания, формирование его отрицательного имиджа, экономические потери редакции, возникновение угрозы ее существованию.</p>	0,5
	Итого		36

1.6. САМОСТОЯТЕЛЬНАЯ РАБОТА

	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоемкость в часах
1	<i>Раздел 1. Средства массовой информации и рынков</i>		
2	Введение. Журналистика и экономический фактор	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
3	Журналистская информация как товар	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
4	Информационный рынок	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
5	Правовые и экономические Формы организации информационного бизнеса	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
	Финансовый капитал на информационном рынке	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
6	<i>Раздел 2. Основы редакционно-издательского маркетинга</i>		
7	Редакционно-издательский	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного	2

	маркетинг	материала	
8	Финансовая база редакции и компании	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
9	Бюджет редакции печатного периодического издания	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
10	Реклама в периодическом издании	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
11	Ценовая политика редакции	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
12	Прибыль редакции	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
13	Бюджет телерадиокомпании информационного агентства	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
	Экономические принципы редакционной деятельности	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
14	<i>Раздел 4. Основы редакционного менеджмента редакционной</i>		
15	Менеджмент и редакция	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
16	Управление редакционным коллективом	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
17	Экономические основы труда журналиста	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
18	Менеджмент и периодическое издание	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	1
19	Распространение периодического издания	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	1
19	Менеджмент и бизнес-план редакции	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	1
20	Менеджмент и этика	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для само-	0,5

		стоятельной проработки студентами	
	Менеджмент и закон	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	0,5
	Итого		36

1.7. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Отражены в разделе 5 «Интерактивные технологии и инновационные методы, используемые в образовательном процессе».

1.8. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Отражены в разделах 4.1 «Текущий контроль знаний» и 4.2 «Итоговый контроль знаний».

1.9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

а) основная литература:

1. Бердышев, С.Н. Информационный маркетинг: практ. пособие/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.
2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО/ С.М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004, 2009. - 296 с.

б) дополнительная литература:

1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с.
2. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики: учеб. пособие : доп. УМО/ Е. Г. Калиберда. - М. : Логос, 2008. - 328 с.
3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.
4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.
5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Варгановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. -
6. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с. -

Периодические издания:

1. Маркетинг в России и за рубежом
2. Маркетинг и маркетинговые исследования
3. Менеджмент качества
4. Менеджмент в России и за рубежом
5. Мировая экономика и международные отношения
6. Российский журнал менеджмента
7. Российский экономический журнал
8. Экономическая наука современной России

в) программное обеспечение и Интернет-ресурсы

№	Наименование ресурса	Краткая характеристика
1.	Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» http://www.grebennikon.ru/	содержит статьи по маркетингу, менеджменту, финансам, управлению персоналом, опубликованные в специализированных журналах изда-

		тельства за последние 10 лет.
	www.economicus.ru	учебный портал по экономической теории, менеджменту, маркетингу, содержит информацию о величайших отечественных и зарубежных экономистах учетных, электронные учебники.
	www.informika.ru	ФГУ ГНИИ ИТТ «Информика», данный институт создан в целях продвижения информационных технологий, для развития образовательных процессов, Институт взял на себя обязательства перед Министерством образования РФ распространять научную и образовательную информацию.
	Консультант +	Справочно-правовая система. Содержит законодательную базу, нормативно-правовое обеспечение, статьи.
	Электронная библиотечная система « Университетская библиотека- online » www.biblioclub.ru	ЭБС по тематике охватывает всю область гуманитарных знаний и предназначена для использования в процессе обучения в высшей школе, как студентами и преподавателями, так и специалистами-гуманитариями.
	http://www.iqlib.ru	Интернет-библиотека образовательных изданий, в которой собраны электронные учебники, справочные и учебные пособия. Удобный поиск по ключевым словам, отдельным темам и отраслям знания

1.10.МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Мультимедиа (проектор, ноутбук)
2. Телевизор
3. DVD-плеер
4. Компьютеры.
5. Телекоммуникационные технологии (доступ в Интернет)

2. КРАТКОЕ ИЗЛОЖЕНИЕ ЛЕКЦИОННОГО МАТЕРИАЛА (ПЛАН КОНСПЕКТ ЛЕКЦИЙ)

Лекция 1. Журналистика и экономический фактор.

Журналистская информация как товар.

План

1. Экономика СМИ как особая область практической деятельности и связанного с ней научного знания.
2. Журналистика как разновидность духовного производства.
3. Закономерности формирования и развития информационного рынка
4. Территориальные аспекты информационного рынка.

Цель: дать общее представление о экономике СМИ как особой области практической деятельности и связанного с ней научного знания.

Задачи: рассмотреть СМИ как особой области практической деятельности и связанного с ней научного знания

Ключевые понятия/термины: Экономика СМИ как особая область практической деятельности и связанного с ней научного знания.

Роль экономического, политического и идеологического факторов в возникновении журналистики и СМИ. Особенности их развития в различных общественных системах.

Экономика СМИ как предмет изучения. Система экономического обеспечения существования и развития СМИ. Экономическая инфраструктура в системе инфраструктур журналистики.

Система понятий и терминов, связанных с функционированием экономической инфраструктуры журналистики: информационный рынок, редакционно-издательский маркетинг, редакционный менеджмент, редакционный бюджет и др.

Журналистика как разновидность духовного производства. Его продукция: журналистская информация и ее носители. Журналистская информация как товар на информационном рынке. Ее особенности. Товарная единица на информационном рынке.

Закономерности формирования и развития информационного рынка. Его аспекты и структура. Ресурсные рынки. Финансовый рынок. Рынок рабочей силы (труда). Издательский рынок. Технический рынок. Рынок материалов — бумаги и др. Рынок информации и идей. Аспекты рыночной среды. Рынок периодических изданий. Рынок распространителей. Рынок продавцов и рынок покупателей. Особенности рынка, связанные со спецификой различных СМИ: рынки периодической печати, телевидения, радио, информационных агентств, электронной информации.

Территориальные аспекты информационного рынка. Местный рынок, региональный, межрегиональный, общенациональный, столичный, мировой. Роль сети Интернет. Языковой аспект рынка.

Предпосылки основания периодического издания. Правовые предпосылки. Регистрация СМИ. Правовые отношения учредителя, владельца, издателя,

редакции. Экономические предпосылки. Экономическая база издания.

Проблемы собственности в информационном бизнесе. Владение периодическим изданием и его названием. Организационно-правовые формы организации информационного бизнеса. Государственное (муниципальное) учреждение. Автономная некоммерческая организация. Унитарное предприятие. Общество с ограниченной ответственностью. Общество с дополнительной ответственностью. Акционерное общество открытого и закрытого типа.

Лекция 2. Финансовый капитал на информационном рынке

План

1. Российский капитал на информационном рынке.

2. Понятие маркетинга. Редакционно-издательский маркетинг: особенности, цели, задачи, направления.

Конкуренция на рынке периодических изданий.

Цель: дать общее представление о финансовом капитале на информационном рынке

Задачи: рассмотреть особенности финансового капитала на информационном рынке.

Ключевые понятия/**термины:** Российский капитал на информационном рынке. Процесс концентрации средств массовой информации. Издательско-производственное объединение. Издательский дом. Информационно-издательская компания. Информационный холдинг. Финансово-информационный концерн. Угроза монополизации информационного рынка. Иностраный капитал на российском информационном рынке.

Понятие маркетинга. Редакционно-издательский маркетинг: особенности, цели, задачи, направления.

Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка, выбор сегмента.

Позиционирование периодического издания: выбор информационной ниши, ее виды. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации.

Изучение целевой аудитории издания. Направления и методы изучения.

Изучение возможностей продвижения издания на рынок (промоушн).

Выбор времени его выхода на рынок.
Конкуренция на рынке периодических изданий. Изучение конкурентного издания.
Конкурентные ситуации на рынке. Наблюдение за своим изданием, его цели.
Планирование маркетинга и его методы. Маркетинговые прогнозы.
Пробный номер. Реклама издания. PR-акции. Маркетинговая кампания.
Служба маркетинга. Бюджет маркетинга.

Лекция 3. Финансовая база редакции

План

1. Финансовая база издания. Уставный фонд.
2. Бюджет и баланс печатного периодического издания, его структура.
3. Реклама и бизнес

Цель: ознакомиться с особенностями финансовой базы издания.

Задачи: раскрыть особенности финансовой базы издания.

Ключевые понятия/термины: Финансовая база издания. Уставный фонд. Стартовый капитал. Основные фонды редакции.оборотный капитал. Источники средств. Дотирование периодического издания. Спонсирование издания. Самофинансирование издания

Бюджет и баланс печатного периодического издания, его структура.

Расходная часть бюджета. Общередакционные расходы. Фонд оплаты труда. Системы оплаты труда журналистов. Издательские расходы. Литературный гонорар. Производственные расходы. Стоимость бумаги, типографских работ, распространения. Налоги.

Доходная часть бюджета. Выручка от реализации тиража. Тиражная политика редакции. Оптимальный тираж издания. Доходы от публикации рекламы.

Публикация частных объявлений.

Издательская деятельность редакции. Выпуск приложений. Издание книжной литературы. Совместные издания. Коммерческая деятельность редакции. Аренда полос номера.

Реклама и бизнес. Понятие рекламной информации. Реклама и паблик рилейшнз. Рекламные издания. Бесплатная рекламная газета. Роль публикации рекламы в обеспечении доходов издания.

Рекламная политика редакции. Система публикации рекламных материалов: универсальная, специализированная, смешанная. Открытая и скрытая реклама. Строчная реклама.

Лекция 4. Ценовая политика редакции.

План

1. Направления ценовой политики редакции.
2. Ценовая политика в процессе производства издания.
3. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.

Цель: дать общее представление о направлениях ценовой политики редакции.

Задачи: раскрыть особенности финансовой политики редакции.

Ключевые понятия/термины: Направления ценовой политики редакции. Роль спроса и предложения, конкуренции на рынке, маркетинговой информации. Ценовая политика в процессе сбыта издания. Ценовая политика и тираж издания. Оптимальная цена номера. Отпускная, каталожная, подписная цена издания. Договорная, свободная цена номера. Ценовая политика и реклама. Оптимальная цена рекламы. Наценки и скидки на рекламу, зависимость от ее объема, размещения, срочности публикации, цветности и др.

Ценовая политика в процессе производства издания. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.

Лекция 5. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства

План

1. Бюджет телерадиокомпании — государственной и негосударственной, производящей и вещательной.

2. Бюджет информационного агентства – государственного и негосударственного, коммерческого, общенационального и регионального.

3. Экономические принципы редакционной деятельности. Понятие редакционного менеджмента.

Цель: рассмотреть Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства

Задачи: раскрыть особенности бюджета телерадиокомпании и информационного агентства

Ключевые понятия/термины: Бюджет телерадиокомпании — государственной и негосударственной, производящей и вещательной. Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов. Рекламная и ценовая политика компании. Особенности бюджета общенациональной и региональной компании.

Бюджет информационного агентства – государственного и негосударственного, коммерческого, общенационального и регионального.

Расходная часть бюджета. Доходная часть, основные источники доходов.

Экономические принципы редакционной деятельности. Понятие редакционного менеджмента. Его особенности, цели и задачи. Виды менеджмента: производственный, финансовый.

Лекция 6. Менеджмент и редакция.

План

1. Служба редакционного менеджмента
2. Организационные принципы редакционной деятельности.
3. Редакционные и приредакционные структуры.
4. Формы и методы коммерческой деятельности редакции.

Цель: познакомить студентов с организацией менеджмента в редакции.

Задачи: раскрыть принципы организации менеджмента в редакции.

Ключевые понятия/термины: Служба редакционного менеджмента. Его структура и организация работы. Требования к менеджеру. Менеджер финансовый, по производству, персоналу, по маркетингу (маркетолог), по распространению и др.

Менеджмент и величина редакционного коллектива. Состав редакционного коллектива. Кадровая политика редакции. Источники редакционных кадров. Система найма работников.

Менеджмент и структура редакционного коллектива.

Организационные принципы редакционной деятельности. Тенденции изменения структуры редакции и его экономический эффект.

Информационный центр, пресс-группа.

Коммерческая часть редакционного коллектива, ее подразделения.

Редакционные и приредакционные структуры. Редакционные: бухгалтерия, отделы рекламы, объявлений, распространения, экспедиция, информагентство, издательство и др. Приредакционные: малые предприятия, совместные предприятия. Рекламное агентство. Сервисные и производственные предприятия. Правовые и экономические основы их отношений с редакцией.

Формы и методы коммерческой деятельности редакции.

Экономические основы структуры телерадиокомпании и информационного агентства.

Система методов управления редакцией. Уровни менеджмента в редакции. Главный редактор, ответственный секретарь, редакционный менеджер, редколлегия, руководители творческих, технических и коммерческих подразделений. Экономические методы управления коллективом. Направления функционирования редакции. Менеджмент и организация деятельности редакции, особенности моделирования и планирования издания. Формы и методы стимулирования сотрудников редакции.

Лекция 7. Экономические основы труда журналиста

План

1. Журналист в редакционном коллективе.
2. Экономические методы управления журналиста.
3. Имидж периодического издания.

Цель: рассмотреть экономические основы труда журналиста

Задачи: обучить навыкам анализа экономических основ труда журналиста.

Ключевые понятия/термины: Журналист в редакционном коллективе. Мотивация его труда. Повышение профессиональных требований к журналистам. Сочетание универсальности со специализацией. Новые типы журналистской специализации. Требования новой техники. Интенсификация труда журналиста. Повышение его ответственности.

Экономические методы управления трудом журналиста. Творческое соревнование и конкуренция в редакции. Характер трудовых отношений между руководителями редакции и ее сотрудниками. Проблемы социальной защиты журналиста в рыночных условиях.

Имидж периодического издания. Название издания - его фирменное имя. Значение оптимального моделирования издания, соотношения новостей, анализа и проблем. Роль менеджмента в укреплении связей издания с его целевой аудиторией, в ее расширении и закреплении. Работа с редакционной почтой, массовые мероприятия, их экономический эффект.

Дизайн издания как одна из составляющих популярности издания. Совершенствование процесса подготовки, выпуска и производства номеров и программ. Техническая база периодического издания. Система технического оснащения редакции, подбор оборудования с учетом новейших технологий.

Значение распространения как завершающего этапа процесса подготовки и выпуска издания. Стратегия распространения. Тактика распространения. Методы распространения, их выбор в зависимости от типа и уровня издания, особенностей его аудитории, обслуживаемого региона, рыночной конъюнктуры и др. Подписка, подписная кампания. Розничная продажа. Оптовая продажа. Бесплатное распространение. Распространение издания за рубежом. Новые технологии распространения. Особенности распространения небольших местных изданий. Редакционная служба распространения. Организация ее работы. Рынок распространителей. «Роспечать» и системы альтернативного распространения. Распространители-посредники.

Лекция 8. Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.

План

1. Бизнес-план в системе редакционного планирования.
2. Ответственность менеджера за обеспечение существования издания.
3. Правовые основы редакционного менеджмента.

Цель: рассмотреть особенности этики в журналистском менеджменте.

Задачи: раскрыть этические нормы реализации идей редакционного менеджмента.

Ключевые понятия/термины: Бизнес-план в системе редакционного планирования.

Цели, предмет и виды бизнес-плана. Структура бизнес-плана.

Этические нормы реализации идей редакционного менеджмента.

Главный редактор, менеджер и сотрудник редакции - этические основы их взаимоотношений. Убеждение, аргументация, рекомендация, основные методы достижения целей менеджмента. Повышенная требовательность менеджера в пределах его компетенции.

Борьба с нарушениями журналистской этики: скрытой рекламой, искаженной информацией, вторжением журналистов в частную жизнь и т.п.

Воспитание экономического мышления у руководителей и сотрудников редакции. Многофункциональность роли менеджера. Необходимость обеспечения высокого уровня творческой и производственной деятельности работников редакции и ее экономической эффективности.

Ответственность менеджера за обеспечение существования издания.

Правовые основы редакционного менеджмента. Закон Российской Федерации о средствах массовой информации, дополнения и поправки к нему. Закон о государственной поддержке средств массовой информации и книгоиздания Российской Федерации. Закон РФ о рекламе. Закон РФ об экономической поддержке районных (городских) газет. Закон РФ об авторском праве и смежных правах. Подзаконные акты. Необходимость учета в редакционной деятельности Конституции Российской Федерации, Гражданского кодекса РФ и законов, определяющих деятельность российских предприятий.

Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения правовых норм в процессе редакционного менеджмента.

Отрицательные последствия их нарушений – падение авторитета и популярности издания, формирование его отрицательного имиджа, экономические потери редакции, возникновение угрозы ее существованию.

Литературные источники

а) основная литература:

1. Бердышев, С.Н. Информационный маркетинг: практ. пособие/ С. Н. Бердышев. - М.: Дашков и К, 2010. - 216 с.

2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ: учеб. пособие : доп. УМО/ С.М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - М. : Аспект Пресс, 2004, 2009. - 296 с.

б) дополнительная литература:

1. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие: Доп. Мин. обр. РФ/ Е.Л. Варганова. - М. : Аспект Пресс, 2003. - 336 с.

2. Калиберда, Е. Г. Связи с общественностью в сфере экономики: учеб. пособие : доп. УМО/ Е. Г. Калиберда. - М. : Логос, 2008. - 328 с.

3. Кириллова, Н. Б. Медиаменеджмент как интегрирующая система/ Н. Б. Кириллова. - М.: Академический Проект, 2008. - 412 с.

4. Мировая экономика: учеб. : рек. УМО/ под ред. Ю. А. Щербанина. - 3-е изд., перераб. и доп. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 448 с.

5. Основы медиабизнеса: учеб. пособие : доп. УМО/ под ред. Е. Л. Варгановой. - М. : Аспект Пресс, 2009. - 360 с. -

6. Средства массовой информации России: учеб. пособие: рек. УМО/ М. И. Алексеева [и др.]; под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005, 2006, 2008. - 384 с. –

3. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ

3.1 Методические указания для преподавателя

Любое современное медиапредприятие стремится увеличить свои доходы и прибыль, инвестиционную привлекательность и конкурентоспособность. Для достижения этих целей требуется знание и понимание объективных законов медиаэкономики. Курс «Экономика и менеджмент СМИ» ориентирован на подготовку профессиональных менеджеров для медиаиндустрии (печатные и онлайн-СМИ, радио и телевидение, новые медиа, реклама, дистрибуция и пр.).

Целями освоения дисциплины является подготовка специалиста, владеющего знаниями и навыками экономического анализа в области средств массовой информации, в ее основных формах и конкретных видах информационно-управленческой деятельности.

Задачами дисциплины являются:

1) развитие экономического сознания и мышления будущих журналистов и менеджеров СМИ;

2) усвоение ими принципов формирования деловой политики средств массовой информации как субъектов информационного рынка;

3) Обеспечить студентов знаниями, необходимыми для решения проблем, связанных с существованием средств массовой информации на медиарынке.

4) овладение основами редакционного менеджмента;

5) выработка навыков самостоятельного анализа экономической ситуации на рынке СМИ;

6) определение способов повышения экономической эффективности.

Методическая модель преподавания дисциплины основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются:

- □ Выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса;
- □ Объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения;
- □ Активное участие слушателей в учебном процессе;
- □ Проведение практических занятий, определяющих приобретение навыков решения проблемы;
- □ Приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям.

Используемые методы преподавания: лекционные занятия с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов, метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания при проведении практических занятий.

Для более глубокого изучения предмета преподаватель предоставляет студентам информацию о возможности использования Интернет-ресурсов по разделам дисциплины. Рекомендуется работа с первоисточниками.

Лекция имеет цель – систематизация основы научных знаний по дисциплине, сконцентрировать внимание студентов на наиболее сложных и узловых проблемах психологии и педагогики.

Методические указания для преподавателей по организации самостоятельной работы студентов.

Различные виды самостоятельной работы студента в вузе активизируют его умственную деятельность, нацеливают на результат и обеспечивают эмоциональный интерес к интеллектуальной деятельности

Исследования психологов и педагогов П.Я.Гальперина, В.В.Давыдова, Н.Ф.Талызиной, В.П.Беспалько и др. позволяют условно выделить четыре уровня самостоятельной продуктивной деятельности:

Первый уровень самостоятельной работы

Уже на первом курсе обучения в высшем учебном заведении студент включается в решение новых учебных задач, предполагающих чаще всего воспроизведение отдельных фактов, данных, понятий, норм и правил, задачи на воспроизведение текста. Изучая курс «Экономика и менеджмент СМИ», студенты знакомятся с большим количеством научной литературы. Большие сложности испытывают студенты при работе над первоисточниками. Необходимость вникнуть в содержание научной статьи по психологии требует больших усилий и времени. Но чаще, работая над статьей из хрестоматии, монографии или научного журнала, студент конспектирует необходимый материал и выделяет главные идеи предложенного содержания. Данный уровень самостоятельной работы называется копирующими действиями по заданному образцу. Операционально-исполнительские действия студента являются первым этапом включенности в учебно-профессиональную деятельность. На уровне копирующих действия по заданному образцу развивается идентификация объектов и явлений, их узнавание путем сравнения с известным образцом. На этом уровне происходит подготовка к самостоятельной деятельности.

Этот вид самостоятельной работы можно назвать воспроизводящим. Он очень важен для развития запоминания, овладения отдельными способами действий в конкретных ситуациях. Также копирующие действия по образцу нужны для развития умственной деятельности с целью формирования умения и навыков в этой деятельности, а также для прочного закрепления полученных действий.

Самостоятельную работу по типу копирующих действий нельзя назвать абсолютно самостоятельной, т.к. самостоятельность студентов ограничивается воспроизведением действий преподавателя по образцу. Обучающее значение этой деятельности заключается в том, что она создаёт фундамент для подлинно самостоятельной работы. С другой стороны, занятия только этим видом снижают учебную мотивацию. Эмоциональный интерес к самостоятельной работе падает, т.к. отсутствует поисковая активность студента.

Этот уровень самостоятельной работы представлен в форме работы с литературой: конспектирование статей, чтение первоисточников, пересказ основного содержания текста; поиск ответа на заранее поставленные к тексту вопросы; анализ, сравнение, обобщение и систематизация материала; работа со справочниками, научно-популярной литературой, конспектирование и реферирование прочитанного.

Занятия со студентами при изучении экономики и менеджмента СМИ требуют от преподавателя привития культуры чтения, развития умения работать с литературой. Для этого необходимо выделить несколько умений:

1. работа с литературой следует тщательно планировать, включать её как один из видов самостоятельной работы;

2. на первых порах действиями студентов необходимо чётко управлять: указывать, что читать, с какой целью, на какие вопросы отвечать;

3. при ответе студента следует оценивать не пересказ содержания первоисточника, а учить выделять главную мысль, составлять план прочитанного, передать смысл. Важное значение здесь имеет групповая работа.

Включение в обсуждение всех студентов, правильно спланированные вопросы преподавателя, оценка ответа студентами, обобщение материала, выводы дают значительную пользу в обучении студентов работать с литературой. В наиболее трудных случаях, в ситуациях, где студенты (чаще негуманитарных факультетов) вообще не способны к работе с книгой, следует показать на занятиях, как разделить текст на смысловые части и выделить в них смысловые опорные пункты, которые являются содержанием абзаца или текста. Чем точнее и короче фраза, определяющая смысл абзаца, тем выше оценивается качество ответа студента. Эта работа сходна с составлением сжатого плана текста. Целесообразно дать студенту рекомендации для простоты изучаемого материала чтении например:

1. Не пропускайте слово, значение которого вам не ясно.

Человек обычно не помнит, о чем идет речь, не понимает материал и прекращает изучение предмета, если пропускает незнакомые слова в учебном тексте.

2. Не спешите читать дальше, если вы перестали понимать смысл текста.

Вернитесь назад до того места, где материал показался запутанным и трудным, и обязательно найдите незнакомое слово.

3. Найдите незнакомое слово в словаре.

Необходимо обращаться к словарю не только для того, чтобы отыскать новые и необычные слова. Причиной непонимания может стать неверное толкование *самого простого слова*.

Далее можно перейти к составлению различных планов текста: простых, развёрнутых, устных и письменных. Работа по составлению планов может быть первой формой контроля над самостоятельной работой студента.

Процесс самостоятельной работы с книгой можно сделать индивидуальным, в зависимости от возможностей умственной деятельности студента. Студентам с различными учебными возможностями можно дать задания различного уровня самостоятельности.

Хорошие результаты на этом этапе самостоятельной работы даёт метод рецензирования статьи. Высказывание собственного мнения, поиск примеров из жизненного опыта рожают естественную связь теории психологии с жизнью. Отдельные студенты могут сравнить, сопоставить различные теории или мнения, позиции авторов. Это наиболее продуктивная работа.

Особое значение при самостоятельной работе даёт установка на работу с терминами и понятиями. Пониманию и осмыслению терминологического аппарата по психологии помогает использование в самостоятельной работе справочной литературы, психологического, философского, энциклопедического словарей, словаря иностранных слов и т.д.

Второй уровень самостоятельной работы – реконструктивно-вариативного типа. Задания для этого типа уровня помогут студенту структурировать, классифицировать и обобщить учебный материал. Этот уровень самостоятельной работы позволяет на основе полученных ранее знаний и данной преподавателем общей идеи найти самостоятельно конкретные способы решения задачи применительно к данным условиям задания. Самостоятельная работа этого типа приводит студентов к осмысленному переносу знаний в типовые ситуации. На этом уровне студенты учатся анализировать события, явления, факты, появляются приёмы и методы познавательной активности, появляются внутренние установки к познанию, создаются условия для успешной учебной работы. Самостоятельная работа этого типа развивает основания для дальнейшей творческой работы студента.

Формой реконструктивно-вариативного типа самостоятельной работы могут быть тесты, решение задач, выполнение заданий, рецензирование ответов других студентов, оценка их деятельности на семинарском занятии. Можно также использовать проверочные самостоятельные работы, контрольные работы, диктанты, подготовку докладов и рефератов, составление логических схем. На этом уровне самостоятельной работы реферат уже не будет представлять конспект. Для подготовки реферата студент должен прежде всего составить план своей работы над рефератом. Этот план будет включать следующие этапы:

- 1) определить область и предмет исследования автора;
- 2) выявить философские и методологические положения, принимаемые автором;
- 3) изучить авторскую позицию по отношению к явлениям, сложившимся в данной области исследования по времени написания работы;
- 4) выделить обзор исследований, содержащихся в статье или монографии; выводы автора;
- 5) установить основные цели исследования, поставленные автором;
- 6) обобщить изученный материал, сделать вывод и написать собственное мнение о работе;
- 7) отметить момент собственных или возможных дальнейших исследований в данной области.

Для написания реферата необходимо использовать несколько первоисточников. Список литературы к реферату отразит широту кругозора студента и его способности к данной работе.

Для реконструктивно-вариативного типа самостоятельной работы важна организация учебной деятельности по решению задач. Решение задач активизирует, закрепляет и конкретизирует теоретические знания, полученные студентами на лекциях и путём самостоятельного изучения специальной литературы. Формирование понятий идёт через попытки их употреблять и использовать. Освоение понятия протекает путём своеобразных проб и ошибок и происходит на основе подкрепления одних его употреблений и торможения других. Решение задач по психологии уже диагностирует уровень подготовленности студентов и показывает дальнейшую ориентировочную основу действий для преподавателя. Если студент не освоил теоретический материал, при решении задач он обычно не выделяет сознательно оснований классификаций, а опирается на интуицию. Другой путь связан с попыткой логически найти основания для решения путём анализа возможных вариантов. На этом этапе самостоятельной работы выясняется, достаточно ли подготовлен студент на предыдущих этапах и способен ли он для творческой работы.

Третий уровень самостоятельной работы – продуктивная самостоятельная деятельность. На этом уровне применяются приобретённые знания для решения задач, выходящих за пределы известного образца, и требуется способность к логическим выводам дедуктивного или индивидуального характера. Продуктивная самостоятельная работа развивает умения

и навыки поиска ответа за пределами стандартных готовых решений. На этом уровне студент сам определяет пути решения проблемы. Знания, необходимые для решения, студент уже имеет, но трудность заключается в их отборе. На данном уровне продуктивной деятельности развивается творческое мышление и с ним творческая личность. Постоянный поиск новых решений, обобщение и систематизация полученных знаний, перенос их в совершенно нестандартные ситуации делают знания студента более гибкими, мобильными, вырабатывают потребность самообразования.

Основными методами для развития этого уровня самостоятельной работы являются творческие работы и задания проблемного характера, проблемные вопросы и ситуации, анализ и дискуссия по поводу способов анализа теоретического и практического материала.

Опыт вузовского преподавания экономики и менеджмента, что наиболее эффективной формой развития продуктивных форм самостоятельной работы является исследовательский метод, участие в научной работе, выполнение курсовых и дипломных работ. Эти виды активного обучения направлены на развитие и закрепление у студентов навыков глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической литературы, эмпирических результатов исследования, привитие навыков самостоятельного проведения научных исследований.

В процессе развития продуктивной самостоятельной работы необходимо соблюдать единство учебной и обучающей деятельности и использовать с этой целью эффективные методы активизации творческой деятельности. К ним относится метод «мозгового штурма». Идея метода основана на том, что критика и боязнь ее тормозят мышление, сковывают творческие процессы. Учитывая это, было предложено разделить по времени выдвижение гипотез и их критическую оценку. Проводить эти два процесса должны разные люди.

Решением задачи в ходе применения этого метода управляет руководитель. Он должен обеспечить выполнение всех правил и процедур «мозгового штурма», а именно:

- 1) условие задачи формируется перед «штурмом» в общих чертах;
- 2) группа «генераторов идей» пытается сформулировать максимальное количество гипотез за отведенное время. Идеи (любые - фантастические, смешанные, ошибочные) должны следовать друг за другом непрерывно, дополняя и развивая друг друга. Регламент на каждую идею - в пределах двух минут. Доказательств не требуется. Все идеи протоколируются. На этом этапе запрещена любая их критика;
- 3) группа экспертов выносит суждение о ценности выдвинутых гипотез;
- 4) не решенная в процессе «штурма» задача может быть вновь предложена тому же коллективу, но в видоизмененной форме;
- 5) гипотезы можно оценивать по десятибалльной системе и выводить средний балл по оценкам всех экспертов.

Единство учебной и обучающей деятельности позволяет преподавателю развивать и совершенствовать творческую деятельность студента, если это единство построено на проблемном обучении.

В настоящее время нет цельного и системного описания эвристического обучения в педагогической практике, однако можно выделить несколько факторов, способствующих развитию творческих способностей:

- 1) мотивация к самостоятельной работе студентов этого уровня знаний зависит от направленности преподавания. Стиль изложения лекций, проведения семинарских занятий должен носить проблемно-эвристический характер. Только проблемное изложение материала и система специальных приёмов по применению эвристических средств способствует развитию творческой деятельности студентов;
- 2) обучение применению и самостоятельному открытию алгоритмов также требует использования проблемного метода в преподавательской деятельности.
- 3) решающая роль преподавателя заключается в подготовке осознания студентом необходимости формулировки проблемы, то есть преподаватель должен помочь создать замысел, образ цели, идеи;

- 4) создание замысла требует длительного поддержания образа цели;
- 5) совместное нахождение принципа решения проблемы;
- 6) обоснование и развитие найденного принципа, теоретическая разработка идеи, развитие и разработка замысла. К этому этапу относится разработка плана экспериментальной проверки гипотезы.

Первичными интерактивными формами, в которых находит свое выражение эвристическая деятельность в процессе обучения или нахождения решения, является моно- и диалогическое общение. Монолог, или развернутое высказывание одного лица, обращенное к реальной или вымышленной аудитории, выступает как естественная форма обучения эвристической деятельности. Монологическое изложение может быть устным (в этом случае имеет место нормативный педагогический процесс) или письменным. В последнем случае формальные и содержательные рамки монолога существенно расширяются за счет учебной и иного рода литературы, которая излагает содержание предмета, методику его анализа и проблемное наполнение в виде целостной и завершенной личной позиции автора. Монологическим, по сути дела, является весь комплекс учебной литературы. Монолог можно рассматривать как наиболее естественную, исторически сложившуюся и методически оправданную форму лекционного обучения.

Монологическое изложение может содержать (и, как правило, содержит) элементы диалога - вымышленной или реальной беседы двух и более собеседников, направленной на выяснение истины или решение проблемы. Элементы диалога могут оформляться в виде скрытой или явной полемики с некоторой точкой зрения, введением в монологический текст риторических и пр. вопросов. Таким образом, автор монологического текста сознательно допускает в пространство своего рассуждения мнимого собеседника. Однако элементы диалога, присутствующие в монологическом изложении, сами по себе не способны придать ему подлинно диалогический характер, так как в этом случае все изложение должно полностью изменить свою внутреннюю структуру.

Диалог в широком смысле является, вероятно, самой ранней формой интерактивной эвристической деятельности. Здесь не имеет принципиального значения, воспроизводится ли в адекватной форме реальная беседа или же это вымышленная беседа автора с самим собой. Важно лишь одно: структура диалогического рассуждения в наибольшей мере воспроизводит сам процесс и методику эвристической деятельности (как в самых простых, так и в сложных ее формах).

Таким образом, самостоятельная учебная работа - это организованная преподавателем активная деятельность студента, направленная на выполнение поставленной цели в специально отведенное для этого время. Активная деятельность студента предполагает самостоятельный поиск информации или работу по предложенному списку литературы, осмысление материала, закрепление, развитие специальных умений, навыков и способностей при работе с литературой, а также обобщение и систематизацию знаний. Самостоятельная работа представляет собой, с одной стороны, учебное задание или объект деятельности, а с другой - это конкретное учебное действие по развитию осмысления, творческого воображения, теоретического мышления при выполнении задания. Результатом самостоятельной работы является углубление и расширение интеллектуальной деятельности студента.

Критерием эффективности самостоятельной работы является развитие у студентов психологической установки на самостоятельное систематическое пополнение своих знаний и выработку умений ориентироваться в потоке учебной, научной и методической информации.

Методические материалы для преподавателя

1. Руководство самостоятельной работой студентов

Усвоение учебного материала невозможно без самостоятельной работы обучающихся. В ходе такой работы происходит перевод содержания в соответствие с индивидуальным стилем мышления, способами познания, опытом.

Способы познания и самообучения далеко не всегда оказываются адекватными строению и особенностям информации. Поэтому представляется необходимым специальное обучение студентов как структуре психологического знания, так и способам ее освоения.

Самостоятельная работа студента должна начинаться уже на лекции, а лектор обязан не только ориентировать обучающихся на самостоятельную работу на лекции, но и помогать им вырабатывать наиболее продуктивные методы поиска и освоения информации.

Самостоятельная работа на лекции

Прежде всего следует научить студентов правильно работать с конспектами лекций, например, составлять опорные конспекты.

Опорный конспект состоит из основных теоретических положений, фактов, сущности экспериментов и т.п. Подготовка такого конспекта приучает студента выделять существенное в лекции, осмысливать иллюстративный материал, кратко записывать содержание лекций.

Суть работы с опорными конспектами на лекции состоит в следующем. За 10-15 минут до конца лекции преподаватель дает задание студентам подготовить опорный конспект по прочитанной лекции. При этом, если это делается первый раз, необходимо разъяснить суть опорного конспекта и его назначение. В процессе подготовки первого конспекта преподаватель контролирует процесс, консультирует.

В дальнейшем студентам предоставляется полная самостоятельность.

Завершается работа в первый раз анализом 1-2 работ студентов на этом же или на следующем занятии. На последующих занятиях свои опорные конспекты оглашают 1-2 студента, преподаватель высказывает свои замечания. Подготовка таких конспектов может быть задана на дом.

В результате такой работы осуществляется контроль учебной деятельности студентов, совершенствуются способы познавательной деятельности, а учебный материал сохраняется в структурированной самостоятельно форме. Можно позволить пользоваться опорными конспектами на зачетах, а, может быть, и на экзаменах.

Другой эффективной формой самостоятельной работы студентов на лекции может служить решение учебных задач.

Здесь можно использовать как репродуктивные, так и творческие задачи, но решение которых осуществляется в совместной деятельности.

Весьма полезным оказывается использование в лекционном курсе фрагментов лекций, подготовленных студентами. Подготовка таких фрагментов может быть заранее спланирована преподавателем, а изложение содержания студентами вестись по очереди.

Содержание фрагментов должно быть интересным и с необходимостью дополнять материал лекции. Это могут быть примеры-иллюстрации теоретических положений, исторические факты, высказывания ученых, описания экспериментов и др.

Изложенным выше не исчерпываются возможности руководства самостоятельной работой студентов в процессе чтения лекций. Здесь всегда есть место педагогическому творчеству. Важно лишь наличие желания это осуществлять.

Самостоятельная работа студентов вне аудитории

Самостоятельная домашняя работа студентов может проходить, конечно, без всякого участия преподавателя. Однако, как показывает опыт, большинство студентов не склонны себя загружать работой, если она не регламентирована, особенно на младших курсах. Часто студент и не чувствует в этом нужды до поры до времени.

Это ведет к тому, что студенты поздно осознают необходимость самостоятельного постижения учебного материала, не успевают приобрести необходимые навыки работы с научной литературой, ослабляя, таким образом, профессиональную подготовку.

Самостоятельная работа студентов обычно регламентируется преподавателем. Это могут быть различные задания, выполнение которых учитывается на зачетах и экзаменах:

а) специальные задания для осмысления пройденного материала (например, составить схему структуры психолого-педагогического исследования; составить таблицу эмпирических методов исследования; подобрать иллюстрации к теоретическим положениям и т.п.);

б) изучение отдельных тем или вопросов по учебникам. Поскольку в настоящее время используются многообразные учебники, то студенты могут получить информацию неоднозначную и недостаточно полную. В этой ситуации целесообразно снабдить студентов планом, содержащим все компоненты структуры психологического знания;

в) конспектирование первоисточников или составление тезисов.

Для конспектирования или составления тезисов целесообразно предлагать отдельные разделы, параграфы, фрагменты. Необходимо предварительно дать подробные рекомендации по выполнению такой сложной и важной работы.

3.2. Методические указания по самостоятельной работе студентов

Самостоятельная работа студентов по курсу «Экономики и менеджмента СМИ» позволяет более тщательно и глубоко осмыслить содержание изучаемого материала и разобраться в отдельных вопросах по некоторым темам.

Она предполагает:

- ознакомление с учебной литературой, рекомендуемой преподавателем;
- самостоятельную работу с документами и периодическими изданиями, в которых затронуты проблемы экономики и менеджмента СМИ, анализ изученного материала;
- знакомство с биографией исторических личностей, внёсших значимый вклад в развитие экономики и менеджмента;
- самостоятельную подготовку студентов по предложенным темам, выступления с докладами.

Общий алгоритм самостоятельной работы студента

Приступая к изучению новой учебной дисциплины, студенты должны ознакомиться с учебной программой, учебной, научной и методической литературой, имеющейся в библиотеке университета, получить в библиотеке рекомендованные учебники и учебно-методические пособия, завести новую тетрадь для конспектирования лекций и работы с первоисточниками.

В ходе лекционных занятий вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых делать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, а также подчеркивающие особую важность тех или иных теоретических положений. Задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

В ходе подготовки к семинарам изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, новыми публикациями в периодических изданиях: журналах, газетах и т.д. При этом учесть рекомендации преподавателя и требования учебной программы. Дорабатывать свой конспект лекции, делая в нем соответствующие записи из литературы, рекомендованной преподавателем и предусмотренной учебной программой. Подготовить тезисы для выступлений по всем учебным вопросам, выносимым на семинар.

Готовясь к докладу или реферативному сообщению, обращаться за методической помощью к преподавателю. Составить план-конспект своего выступления.

В ходе семинарского занятия внимательно слушать выступления своих однокурсников. При необходимости задавать им уточняющие вопросы. Принимать активное участие в обсуждении учебных вопросов: выступать с докладами, рефератами, обзорами научных статей, отдельных публикаций периодической печати, касающихся содержания темы семинара-

ского занятия. В ходе своего выступления использовать технические средства обучения, доску и мел.

С целью более глубокого усвоения изучаемого материала задавать вопросы преподавателю. После подведения итогов семинара устранить недостатки, отмеченные преподавателем.

При подготовке к зачету (в конце семестра) повторять пройденный материал в строгом соответствии с учебной программой, примерным перечнем учебных вопросов, выносящихся на зачет и содержащихся в данной программе. Использовать конспект лекций и литературу, рекомендованную преподавателем. Обратит особое внимание на темы учебных занятий, пропущенных студентом по разным причинам. При необходимости обратиться за консультацией и методической помощью к преподавателю.

В учебном процессе выделяют два вида самостоятельной работы:

- аудиторная;
- внеаудиторная.

Аудиторная самостоятельная работа по дисциплине выполняется на учебных занятиях под непосредственным руководством преподавателя и по его заданию.

Внеаудиторная самостоятельная работа выполняется студентом по заданию преподавателя, но без его непосредственного участия.

Содержание внеаудиторной самостоятельной определяется в соответствии с рекомендуемыми видами заданий согласно примерной и рабочей программ учебной дисциплины.

Видами заданий для внеаудиторной самостоятельной работы являются:

- для овладения знаниями: чтение текста (учебника, первоисточника, дополнительной литературы), составление плана текста, графическое изображение структуры текста, конспектирование текста, выписки из текста, работа со словарями и справочниками, ознакомление с нормативными документами, учебно-исследовательская работа, использование аудио- и видеозаписей, компьютерной техники и Интернета и др.;

- для закрепления и систематизации знаний: работа с конспектом лекции, обработка текста, повторная работа над учебным материалом (учебника, первоисточника, дополнительной литературы, аудио и видеозаписей, составление плана, составление таблиц для систематизации учебного материала, ответ на контрольные вопросы, заполнение рабочей тетради, аналитическая обработка текста (аннотирование, рецензирование, реферирование, конспект-анализ и др), подготовка мультимедиа сообщений/докладов к выступлению на семинаре (конференции), подготовка реферата, составление библиографии, тематических кроссвордов, тестирование и др.;

- для формирования умений: решение задач и упражнений по образцу, решение вариативных задач, выполнение чертежей, схем, выполнение расчетов (графических работ), решение ситуационных (профессиональных) задач, подготовка к деловым играм, проектирование и моделирование разных видов и компонентов профессиональной деятельности, опытно экспериментальная работа, рефлексивный анализ профессиональных умений с использованием аудио- и видеотехники и др.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, конкретной тематики самостоятельной работы, уровня сложности, уровня умений студентов.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы студентов может осуществляться в пределах времени, отведенного на обязательные учебные занятия по дисциплине и внеаудиторную самостоятельную работу студентов по дисциплине, может проходить в письменной, устной или смешанной форме.

Контроль самостоятельной работы студентов включает:

- текущие контрольные задания на занятиях по итогам лекции, семинара;
- защита рефератов;
- презентация медиа-проектов;
- тестирование и др.

Схема самостоятельной работы студентов

	№ раздела (темы) дисциплины	Форма (вид) самостоятельной работы	Трудоемкость в часах
1	<i>Раздел 1. Средства массовой информации и рынков</i>		
2	Введение. Журналистика и экономический фактор	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
3	Журналистская информация как товар	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
4	Информационный рынок	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
5	Правовые и экономические Формы организации информационного бизнеса	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
	Финансовый капитал на информационном рынке	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
6	<i>Раздел 2. Основы редакционно-издательского маркетинга</i>		
7	Редакционно-издательский маркетинг	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
8	Финансовая база редакции и компании	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
9	Бюджет редакции печатного периодического издания	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
10	Реклама в периодическом издании	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
11	Ценовая политика редакции	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
12	Прибыль редакции	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоя-	2

		тельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	
13	Бюджет телерадиокомпании информационного агентства	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
	Экономические принципы редакционной деятельности	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
14	<i>Раздел 4. Основы редакционного менеджмента редакционной</i>		
15	Менеджмент и редакция	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	2
16	Управление редакционным коллективом	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	2
17	Экономические основы труда журналиста	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	2
18	Менеджмент и периодическое издание	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	1
19	Распространение периодического издания	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	1
19	Менеджмент и бизнес-план редакции	самостоятельное изучение темы; подготовка докладов, рефератов; подготовка раздаточного материала	1
20	Менеджмент и этика	конспектирование темы по вопросам; выполнение индивидуального домашнего задания; выполнение практических заданий для самостоятельной проработки студентами	0,5
	Менеджмент и закон	выполнение тренировочных упражнений; выполнение реконструктивной самостоятельной работы; выполнение творческой самостоятельной работы	0,5
	Итого		36

ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА ИССЛЕДОВАНИЙ И РЕФЕРАТОВ

Исследования (одно на выбор обязательное):

1. Исследование сегмента рынка печатных СМИ (по типу продукта — ежедневные общественно-политические газеты, общественно-политические еженедельники, деловые еженедельники, деловые журналы, специализированные журналы, спортивные издания, литера-

турно-художественные издания, развлекательные издания и т.п.; по характеру аудитории — например, детские, женские, мужские, молодежные издания и т.п.).

2. Исследование сегмента рынка ТВ- и радиопрограмм.
3. Исследование сегмента книжного и издательского рынка.
4. Вариант концепции бизнес-плана для СМИ.

Рефераты:

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 медиарынке.
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.
19. Дотации и гранты как финансовые факторы существования редакций в Амурской области.
20. Рынок бумаги и полиграфических услуг в Приамурье. (Для РТ – Условия вещания, аренда частот и передатчиков в Амурской области).

Рекомендации по самостоятельной работе с литературой

При работе с первоисточниками и учебными материалами необходимо подобрать наиболее оптимально подобрать литературу, научиться правильно ее читать, вести записи. Для подбора литературы в библиотеке используются алфавитный и систематический каталоги (в т.ч. с использованием Интернет-технологий).

Правильный подбор учебников рекомендуется преподавателем, читающим лекционный курс. Необходимая литература может быть также указана в методических разработках по данному курсу.

Изучая материал по учебнику, следует переходить к следующему вопросу только после правильного уяснения предыдущего, описывая на бумаге все выкладки и вычисления (в том числе те, которые в учебнике опущены или на лекции даны для самостоятельного вывода).

При изучении любой дисциплины большую и важную роль играет самостоятельная индивидуальная работа.

Особое внимание следует обратить на определение основных понятий курса. Студент должен подробно разбирать примеры, которые поясняют такие определения, и уметь строить аналогичные примеры самостоятельно. Нужно добиваться точного представления о том, что изучаешь. Полезно составлять опорные конспекты. При изучении материала по учебнику полезно в тетради (на специально отведенных полях) дополнять конспект лекций. Там же следует отмечать вопросы, выделенные студентом для консультации с преподавателем.

Выводы, полученные в результате изучения, рекомендуется в конспекте выделять, чтобы они при перечитывании записей лучше запоминались.

Выделяют **четыре основные установки в чтении научного текста**:

1. информационно-поисковый (задача – найти, выделить искомую информацию)
2. усваивающая (усилия читателя направлены на то, чтобы как можно полнее осознать и запомнить как сами сведения излагаемые автором, так и всю логику его рассуждений)
3. аналитико-критическая (читатель стремится критически осмыслить материал, проанализировав его, определив свое отношение к нему)
4. творческая (создает у читателя готовность в том или ином виде – как отправной пункт для своих рассуждений, как образ для действия по аналогии и т.п. – использовать суждения автора, ход его мыслей, результат наблюдения, разработанную методику, дополнить их, подвергнуть новой проверке).

Основные виды систематизированной записи прочитанного:

1. Аннотирование – предельно краткое связное описание просмотренной или прочитанной книги (статьи), ее содержания, источников, характера и назначения;
2. Планирование – краткая логическая организация текста, раскрывающая содержание и структуру изучаемого материала;
3. Тезирование – лаконичное воспроизведение основных утверждений автора без привлечения фактического материала;
4. Цитирование – дословное выписывание из текста выдержек, извлечений, наиболее существенно отражающих ту или иную мысль автора;
5. Конспектирование – краткое и последовательное изложение содержания прочитанного.

Методические указания по написанию рефератов

Для выполнения внеаудиторной самостоятельной работы студентам предлагается написание **рефератов** по темам, представленным в рабочей программе учебной дисциплины.

Реферат (от латинского «докладывать», «сообщать») представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих литературных и других источников или краткое изложение книги, статьи, исследования, а также доклад с таким изложением. Таким образом, реферат — это сокращенный пересказ содержания первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами.

Написание реферата используется в целях приобретения студентом необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выделения главного, формулирования выводов и т. п. С помощью рефератов студент глубже постигает наиболее сложные проблемы курса, учится лаконично излагать свои мысли, правильно оформлять работу, докладывать результаты своего труда. Подготовка рефератов способствует профессиональной культуре у будущего специалиста, закреплению у него знаний, развитию умения самостоятельно анализировать материал.

Процесс написания реферата включает:

- выбор темы;
- подбор нормативных актов, специальной литературы и иных источников, их изучение;
- составление плана;
- написание текста работы и ее оформление;

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. В них на основе тщательного анализа и обобщения научного материала сопоставляются различные взгляды авторов и определяется собственная позиция студента с изложением соответствующих аргументов.

Темы рефератов, которые предложены в УМК охватывают основные проблемы курса. Студент при желании может сам предложить ту или иную тему, предварительно согласовав ее с преподавателем.

Работу над рефератом следует начинать с общего ознакомления с темой (прочтение соответствующего раздела учебника, учебного пособия, конспектов лекций). После этого необходимо изучить нормативные акты, литературные и иные источники, рекомендованные преподавателем. Однако перечень источников не должен связывать инициативу студента. Он может использовать произведения, самостоятельно подобранные в результате изучения библиографии в библиотеке. Особенно внимательно необходимо следить за новой литературой по избранной проблематике, в том числе за журнальными статьями. В процессе изучения литературы рекомендуется делать выписки, постепенно группируя и накапливая теоретический и практический материал. План реферата должен быть составлен таким образом, чтобы он раскрывал название работы.

Реферат, как правило, состоит из *введения*, в котором кратко обосновывается актуальность, научная и практическая значимость избранной темы, *основного материала*, содержащего суть проблемы и пути ее решения, и *заключения*, где формируются выводы, оценки, предложения.

Изложение материала должно быть кратким, точным, последовательным. Необходимо употреблять термины, отражающие объект и предмет изучения, избегать непривычных или двусмысленных понятий и категорий, сложных грамматических оборотов. Термины, отдельные слова и словосочетания допускается заменять принятыми текстовыми сокращениями, смысл которых ясен из контекста. Рекомендуется включать в реферат схемы и таблицы, если они помогают раскрыть основное содержание проблемы и сокращают объем работы.

Объем реферата — от 5 до 15 машинописных страниц.

На титульном листе студент указывает название вуза, кафедры, полное наименование темы реферата, свою фамилию и инициалы, а также ученую степень, звание, фамилию и инициалы научного руководителя.

Особое внимание следует уделить оформлению научно-справочного аппарата и прежде всего подстрочных сносок (внизу страницы, под чертой). Сноска должна быть полной: с указанием фамилии и инициалов автора, названия книги, места и года ее издания, страницы, с которой взята цитата или соответствующее положение. Для статей из журналов, сборников указывают фамилию и инициалы автора, название статьи, затем название журнала или сборника статей с указанием года издания и номера (или выпуска). При ссылке на газетную статью кроме названия и года издания указывают дату. Оформляя нормативные источники, необходимо указывать полное и точное название нормативного акта, дату его принятия и редакции, а также изменений и дополнений. При этом обязательными являются название, год, номер и статья официального издания, где был опубликован нормативный акт. Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке. Ошибки и опiski как в тексте, так и в цитатах и в научно-справочном аппарате отрицательно сказываются на оценке.

Рекомендации к подготовке мультимедиа-презентаций и докладов.

Доклад—это сообщение по заданной теме, с целью внести знания из дополнительной литературы, систематизировать материал, проиллюстрировать примерами, развивать навыки самостоятельной работы с научной литературой, познавательный интерес к научному познанию.

Тема доклада должна быть согласованна с преподавателем и соответствовать теме занятия.

Материалы при его подготовке, должны соответствовать научно-методическим требованиям ВУЗа и быть указаны в докладе.

Необходимо соблюдать регламент, оговоренный при получении задания.

Иллюстрации должны быть достаточными, но не чрезмерными.

Работа студента над докладом-презентацией включает отработку навыков ораторства и умения организовать и проводить диспут.

Студент в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение ориентироваться в материале и отвечать на дополнительные вопросы слушателей.

Студент в ходе работы по презентации доклада, отрабатывает умение самостоятельно обобщить материал и сделать выводы в заключении.

Докладом также может стать презентация реферата студента, соответствующая теме занятия.

Студент обязан подготовить и выступить с докладом в строго отведенное время преподавателем, и в срок.

Инструкция докладчикам и содокладчикам

Докладчики и содокладчики - основные действующие лица. Они во многом определяют содержание, стиль, активность данного занятия. Сложность в том, что докладчики и содокладчики должны знать и уметь очень многое:

сообщать новую информацию

использовать технические средства

знать и хорошо ориентироваться в теме всей презентации (семинара)

уметь дискутировать и быстро отвечать на вопросы

четко выполнять установленный регламент: докладчик - 10 мин.; содокладчик - 5 мин.; дискуссия - 10 мин

иметь представление о композиционной структуре доклада.

Необходимо помнить, что выступление состоит из трех частей: вступление, основная часть и заключение.

Вступление помогает обеспечить успех выступления по любой тематике. Вступление должно содержать:

- название презентации (доклада)

- сообщение основной идеи

- современную оценку предмета изложения

- краткое перечисление рассматриваемых вопросов

- живую интересную форму изложения

- акцентирование оригинальности подхода

Основная часть, в которой выступающий должен глубоко раскрыть суть затронутой темы, обычно строится по принципу отчета. Задача основной части - представить достаточно данных для того, чтобы слушатели и заинтересовались темой и захотели ознакомиться с материалами. При этом логическая структура теоретического блока не должны даваться без наглядных пособий, аудио-визуальных и визуальных материалов.

Заключение – это ясное четкое обобщение и краткие выводы, которых всегда ждут слушатели.

Самопроверка.

После изучения определенной темы по записям в конспекте и учебнику, а также решения достаточного количества соответствующих задач на практических занятиях и самостоятельно студенту рекомендуется, используя лист опорных сигналов, воспроизвести по памяти определения, выводы формул, формулировки основных положений и доказательств.

В случае необходимости нужно еще раз внимательно разобраться в материале.

Иногда недостаточность усвоения того или иного вопроса выясняется только при изучении дальнейшего материала. В этом случае надо вернуться назад и повторить плохо усвоенный материал. Важный критерий усвоения теоретического материала - умение решать задачи или пройти тестирование по пройденному материалу. Однако следует помнить, что правильное решение задачи может получиться в результате применения механически заученных формул без понимания сущности теоретических положений.

Консультации

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у студента возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В своих вопросах студент должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки.

Подготовка к зачету/экзамену.

Изучение многих общепрофессиональных и специальных дисциплин завершается итоговой аттестацией. Подготовка к ней способствует закреплению, углублению и обобщению знаний, получаемых, в процессе обучения, а также применению их к решению практических задач. Готовясь к итоговому испытанию, студент ликвидирует имеющиеся пробелы в знаниях, углубляет, систематизирует и упорядочивает свои знания. Во время аттестации студент демонстрирует то, что он приобрел в процессе обучения по конкретной учебной дисциплине.

Как правило, на подготовку к итоговой аттестации по учебной дисциплине отводится 3-4 дня, во время которых нужно систематизировать уже имеющиеся знания. На консультации студентов познакомят с основными требованиями, ответят на возникшие у них вопросы. Поэтому посещение консультаций обязательно.

Требования к организации подготовки к итоговой аттестации по учебной дисциплине те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. Во-первых, очень важно соблюдение режима дня; сон не менее 8 часов в сутки, занятия заканчиваются не позднее, чем за 2-3 часа до сна. Оптимальное время занятий, особенно по математике - утренние и дневные часы. В перерывах между занятиями рекомендуются прогулки на свежем воздухе, неустойчивые занятия спортом. Во-вторых, наличие хороших собственных конспектов лекций. Даже в том случае, если была пропущена какая-либо лекция, необходимо во время ее восстановить (переписать ее на кафедре), обдумать, снять возникшие вопросы для того, чтобы запоминание материала было осознанным. В-третьих, при подготовке у студента должен быть хороший учебник или конспект литературы, прочитанной по указанию преподавателя в течение семестра. Здесь можно эффективно использовать листы опорных сигналов.

Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом листы опорных сигналов.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время зачетной недели и экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Рекомендации по планированию времени

Характеристики качественно составленного плана

Качественно составленный план обладает специфическими характеристиками, отличающими его от менее качественного продукта интеллектуального труда. Попробуйте оценить составленный вами план по следующим критериям. Вы должны:

Задать цель.

Четко выделить этапы работы.

Определить результат каждого этапа.

Просчитать время, необходимое для реализации каждого из выделенных этапов.

Проанализировать параллельные и последовательные рабочие процессы. Если часть процессов может реализовываться параллельно, следует составить сетевой график.

Определить необходимые ресурсы для каждого из этапов и составить их полный список.

Создать план обеспечения недостающими ресурсами.

Проанализировать потенциальные барьеры и наметить способы их преодоления.
Предусмотреть альтернативные элементы плана в неясных и проблемных точках.

4. КОНТРОЛЬ ЗНАНИЙ

4.1. Текущий контроль знаний

Текущий контроль успеваемости осуществляется по двум направлениям:

- 1) оценка устных ответов на практических занятиях по темам;
- 2) по факту выполнения студентом письменных работ, отдельных тренинговых элементов, участия в проводимых деловых играх.

В качестве основных средств текущего контроля используется тестирование. В качестве дополнительной формы текущего контроля предлагаются аудиторские и внеаудиторские письменные задания (самостоятельные и контрольные работы).

Промежуточный контроль

Промежуточный контроль знаний студентов проводится в виде контрольного тестирования по дисциплине с учетом текущей успеваемости студентов на практических и других занятиях каждому разделу курса.

В качестве дополнительной формы промежуточного контроля предлагаются аудиторские и внеаудиторские письменные задания (самостоятельные и контрольные работы).

Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточного контроля выбираются исходя из содержания разделов и относящихся к ним тем. Выполнение домашнего задания обеспечивает непрерывный контроль за процессом усвоения учебного материала каждого обучающегося, своевременное выявление и устранение отставаний и ошибок.

Материалы для проверки знаний

Примерные вопросы для промежуточного контроля, самопроверки и повторения

ТЕСТИРОВАНИЕ

Текущее тестирование применяется с учетом того, что практические занятия по данному курсу не рассчитаны. На каждой лекции предлагается небольшой тест, основные вопросы которого соответствуют тематике занятия. Кроме того, включены вопросы смежных тем, так что все тесты представляют собой обобщенные "опорные" вопросы по всему курсу. Применение тестов связано с практикой промежуточных зачетов. Оно позволяет не только контролировать знания студентов, но и отражает уровень посещаемости занятий. Вместе с тем, тесты могут лишь приниматься во внимание при оценке работы студента в семестре наряду с посещаемостью лекций.

Примерные варианты построения вопросов теста:

1. Рынок в широком смысле - это:
 - a. площадка для торга,
 - b. совокупность покупателей товаров и услуг,
 - c. совокупность социально-экономических отношений в сфере обмена,
 - d. грабительский механизм для эксплуатации трудящихся масс.
2. Бюджетное управление означает, что: можно тратить максимум, все оплатят из бюджета,
 - a. нельзя тратить больше, чем заработал, есть жесткий план расходов,
 - b. бюджетом редакции единолично управляет главный бухгалтер.
3. Позиционирование - это:
 - c. определение характерных черт товара, отличающих его от товаров-конкурентов, связанное с укреплением на конкретном сегменте рынка,
 - d. ориентация на группу потребителей, одинаково реагирующих на комплекс маркетинга,
 - e. определение идеологической позиции, г)своя позиция в рейтинге.
4. В структуре затрат редакции есть такие статьи:
 - a. арендная плата,

- b. бумага и полиграфия,
- c. офисные расходы,
- d. налоги,
- e. социальные пособия,
- f. маркетинг-бюджет,
- g. зарплата,
- h. строительство жилья,
- i. командировки практикантов,
- j. научные исследования.

4.2 Итоговый контроль

Итоговая аттестация осуществляется в виде экзамена (5 семестр).

Для оценки самостоятельной работы предлагается использовать учебно-методическое обеспечение в электронном и бумажном виде. Тематика заданий для самостоятельной работы соответствует содержанию разделов дисциплины и относящихся к ним тем. Освоение материала контролируется в процессе проведения лекционных и практических занятий.

Примерный перечень вопросов к экзамену по всему курсу:

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. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
22. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
23. Понятия «экономика» и «менеджмент» применительно к СМИ. Специфический товар СМИ.
24. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
25. Основные и оборотные фонды предприятия – редакции СМИ.
26. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.

27. Бизнес-план редакции, его свойства и типология.
28. Организационная структура редакции и штатное расписание.
29. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
30. Бизнес-план редакции, его структура.
31. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг.
32. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
33. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
34. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
35. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
36. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
37. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
38. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
39. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
40. Затратный и иные методы ценообразования.
41. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
42. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ. Маркетинговый и рекламный бюджет.
43. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
44. Понятия издержек и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
45. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
46. Самомаркетинг журналиста. Престиж профессии и профессиональная среда. Жизненные циклы знаменитостей.
47. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
48. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
49. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
50. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система сотрудничества.
51. Управление через культуру, иерархию, рынок. Стили управления.
52. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
53. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
54. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
55. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.
56. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
57. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ и Приамурье, виды налогов и внебюджетные фонды.
58. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
59. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
60. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
61. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
62. Роль бухгалтерии в обеспечении экономической стабильности редакции.
63. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).

64. Public Relations редакции и внутрифирменная реклама.
65. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали, информационное спонсорство, льготы и др.).
66. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций в Беларуси.
67. Рынок бумаги и полиграфических услуг в Амурской области. (Для РТ – Условия вещания, аренда частот и передатчиков в Амурской области).
68. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
69. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
70. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства. Точка безубыточности и критический объем производства.
71. Составляющие комплекса маркетинга.
72. Характеристика рыночной экономической системы, ее отличия от командно-административной экономики.
73. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
74. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.

Критерии оценки знаний студентов по дисциплине

Итоговая экзаменационная оценка знаний студента осуществляется по пятибалльной системе. При этом учитываются: выполнение самостоятельной работы и раскрытие вопросов экзаменационного билета. Если студент не выполнил самостоятельную работу, то экзаменационная оценка понижается на один балл.

Оценка «отлично» выставляется студенту, глубоко и прочно усвоившему программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагающему, в ответе которого тесно увязывается теория с практикой. При этом студент не затрудняется в ответе при видоизменении задания, свободно справляется с вопросами, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических работ. Также учитывается систематическая работа на всех практических занятиях и лекциях, выполнение всех письменных заданий своевременно и в соответствии с предъявляемыми требованиями.

Оценка «хорошо» выставляется студенту, который твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, который не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет творческие положения при решении практических вопросов, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения, а также систематически работает на лекциях и практических занятиях.

Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, который имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности в формулировках принципов и понятий, нарушения в последовательности изложения программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических работ. При этом у студента не должно быть задолженностей по всем видам занятий и заданий.

5. ИНТЕРАКТИВНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ И ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ, ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ В ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОЦЕССЕ

При освоении дисциплины используются различные сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации познавательной деятельности студентов для достижения запланированных результатов обучения .

№ п/п	Тема	Форма занятия	Трудоемкость в часах
1	Информационный рынок. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса	проблемная лекция	2

2	Финансовая база редакции и компании Бюджет редакции печатного периодического издания	лекция-визуализация	2
3	Прибыль редакции	лекция-визуализация	2
4	Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства	кейс-метод Отработка навыков работы с бюджетом	2
5	Управление редакционным коллективом	семинар с применением затрудняющих условий	2
6	Экономические основы труда журналиста	семинар с применением затрудняющих условий	2
7	Менеджмент и этика. Менеджмент и закон.	семинар-презентация	2
		ИТОГО	14