

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Ястребов Олег Александрович  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 24.05.2024 10:44:07  
Уникальный программный ключ:  
ca953a01204891083f939673078ef1a989dae18a

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
«Российский университет дружбы народов имени Патриса Лумумбы»**

**Филологический факультет**

(наименование основного учебного подразделения (ОУП)-разработчика ОП ВО)

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

### **МЕНЕДЖМЕНТ В СМИ**

(наименование дисциплины/модуля)

**Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:**

### **42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА**

(код и наименование направления подготовки/специальности)

**Освоение дисциплины ведется в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы высшего образования (ОП ВО):**

### **ОРГАНИЗАЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПРОИЗВОДСТВА**

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

**2024 г.**

## 1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Менеджмент в СМИ» входит в программу магистратуры «Организация информационного производства» по направлению 42.04.02 «Журналистика» и изучается в 1 семестре 1 курса. Дисциплину реализует Кафедра массовых коммуникаций. Дисциплина состоит из 3 разделов и 29 тем и направлена на изучение медиаменеджмента, как важной составляющей медиабизнеса. Задачи данной дисциплины:

- получить знания в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ;
- освоить инструменты стратегической организационной диагностики и использовать их при управлении портфелем медиахолдинга;
- изучить методы и особенности управления правами на контент в различных средах;
- освоить основные методы бюджетирования и финансового анализа, используемых в медиакомпаниях.

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся возможности к принятию управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами.

## 2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Менеджмент в СМИ» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций (части компетенций):

*Таблица 2.1. Перечень компетенций, формируемых у обучающихся при освоении дисциплины (результаты освоения дисциплины)*

Шифр	Компетенция	Индикаторы достижения компетенции (в рамках данной дисциплины)
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1 Знает основные правила и условия для организации эффективной командной работы; базовые принципы, определяющие план действий для достижения поставленной цели; УК-3.2 Умеет осуществлять руководство членами команды, распределяя и делегируя полномочия между ними для достижения наиболее быстрого и лучшего результата; УК-3.3 Владеет навыками грамотной и эффективной организации, координации и руководства командным взаимодействием при решении профессиональных задач для достижения поставленной цели;
ПК-2	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов	ПК-2.1 Планирует деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу; ПК-2.2 Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам;

## 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Менеджмент в СМИ» относится к обязательной части блока 1 «Дисциплины (модули)» образовательной программы высшего образования.

В рамках образовательной программы высшего образования обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Менеджмент в СМИ».

Таблица 3.1. Перечень компонентов ОП ВО, способствующих достижению запланированных результатов освоения дисциплины

Шифр	Наименование компетенции	Предшествующие дисциплины/модули, практики*	Последующие дисциплины/модули, практики*
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели		Преддипломная практика; Научно-исследовательская работа; Учебно-ознакомительная практика; Психология управления; <i>Психология массовых коммуникаций**</i> ; <i>Управление предприятием в инфокоммуникациях**</i> ;
ПК-2	Способен осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов		Учебно-ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Психология управления; Professional workshop; <i>Психология массовых коммуникаций**</i> ; <i>Управление предприятием в инфокоммуникациях**</i> ;

\* - заполняется в соответствии с матрицей компетенций и СУП ОП ВО

\*\* - элективные дисциплины /практики

#### 4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Менеджмент в СМИ» составляет «3» зачетные единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения образовательной программы высшего образования для очной формы обучения.

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.		Семестр(-ы)
			1
<i>Контактная работа, ак.ч.</i>	34		34
Лекции (ЛК)	17		17
Лабораторные работы (ЛР)	0		0
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17		17
<i>Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.</i>	56		56
<i>Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.</i>	18		18
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	<b>ак.ч.</b>	<b>108</b>	<b>108</b>
	<b>зач.ед.</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

## 5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 5.1. Содержание дисциплины (модуля) по видам учебной работы

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
Раздел 1	Введение в менеджмент СМИ. Определение, сущности, применяемые технологии.	1.1	Медиаменеджмент: Базовые понятия курса. СМИ, СМК, Медиаорганизация.	ЛК, СЗ
		1.2	Медиаменеджмент: понятия, специфика. Медиасистема в цифровую эпоху.	ЛК, СЗ
		1.3	Медиаменеджмент: понятия, специфика. Контент и его роль для медиаменджера.	ЛК, СЗ
		1.4	Персональный медиаменеджмент. Особенности управления медиаорганизацией.	ЛК, СЗ
		1.5	Персональный медиаменеджмент. Оперативный менеджмент и проектный подход в реализации медиапроектов.	ЛК, СЗ
		1.6	Персональный медиаменеджмент. Корпоративная культура медиаорганизаций.	ЛК, СЗ
		1.7	Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Правовое регулирование.	ЛК, СЗ
		1.8	Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Обзор организационных моделей России и мира.	ЛК, СЗ
		1.9	Организационные модели и оргструктуры в медиабизнесе. Особенности организационных моделей для различных типов СМИ – ТВ, Радио, Печать.	ЛК, СЗ
		1.10	Управленческие задачи и решения. Прогнозирование, разработка сценариев, стратегирование.	ЛК, СЗ
		1.11	Управленческие задачи и решения. Управление рисками в медиаорганизации.	ЛК, СЗ
		1.12	Управление кадрами в медиакомпании. Стейкхолдеры и их влияние.	ЛК, СЗ
		1.13	Управление кадрами в медиакомпании. Акционеры и менеджмент.	ЛК, СЗ
Раздел 2	Функционирование медиаорганизации.	2.1	Проектирование медиа и монетизация СМК. Проектирование нового медиа.	ЛК, СЗ
		2.2	Проектирование медиа и монетизация СМК. Основные модели монетизации деятельности в медиаорганизации.	ЛК, СЗ
		2.3	Проектирование медиа и монетизация СМК. Модели монетизации видеоконтента (VOD).	ЛК, СЗ
		2.4	Проектирование медиа и монетизация СМК. Дистрибуция.	ЛК, СЗ
		2.5	Проектирование медиа и монетизация СМК. Реклама.	ЛК, СЗ
		2.6	Проектирование медиа и монетизация СМК. Медиапроект как дополнительная возможность.	ЛК, СЗ
		2.7	Бюджетирование и финансовое управление медиа. Финансовое планирование и оценка эффективности.	ЛК, СЗ
		2.8	Бюджетирование и финансовое управление медиа. Как считать бюджет медиаорганизации. Бухгалтерский и управленческий учет.	ЛК, СЗ
		2.9	Бюджетирование и финансовое управление медиа. Маркеры рынка – инфляция, прогноз рекламного рынка, прогноз себестоимости производства и т.д.	ЛК, СЗ
		2.10	Управление медиактивами и правами. Что	ЛК, СЗ

Номер раздела	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)		Вид учебной работы*
			может быть активом для медиаорганизации.	
		2.11	Управление медиактивами и правами. Как повысить стоимость медиаактива.	ЛК, СЗ
		2.12	Управление медиактивами и правами. Правовое регулирование авторских и смежных прав. РАО.	ЛК, СЗ
		2.13	Управление медиактивами и правами. Особенности управления правами в спорте.	ЛК, СЗ
Раздел 3	Итоговое испытание.	3.1	Семинарское занятие по подготовке к итоговому испытанию.	ЛК, СЗ
		3.2	Написать эссе (2–4 листа) по теме «Оценка СМИ с точки зрения менеджмента» с тремя блоками (1 задание).	ЛК, СЗ
		3.3	Эссе или презентация на тему «Мой канал коммуникации» с описанием того, как бы вы, как владелец, развивали какой-то конкретный канал коммуникации.	ЛК, СЗ

\* - заполняется только по **ОЧНОЙ** форме обучения: ЛК – лекции; ЛР – лабораторные работы; СЗ – семинарские занятия.

## 6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Таблица 6.1. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Тип аудитории	Оснащение аудитории	Специализированное учебное/лабораторное оборудование, ПО и материалы для освоения дисциплины (при необходимости)
Лекционная	Аудитория для проведения занятий лекционного типа, оснащенная комплектом специализированной мебели; доской (экраном) и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Семинарская	Аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенная комплектом специализированной мебели и техническими средствами мультимедиа презентаций.	
Для самостоятельной работы	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	

\* - аудитория для самостоятельной работы обучающихся указывается **ОБЯЗАТЕЛЬНО!**

## 7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Основы медиабизнеса/учебник под ред. Варгановой Е.Л., М.: Аспект-Пресс, 2009.
2. Иваницкий В.Л. Бизнес-моделирование СМИ//в кн. Основы медиабизнеса/учебник под ред. Варгановой Е.Л., М.: Аспект-Пресс, 2009.
3. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ/учебник, М.: Аспект-пресс, 2010.
4. Ковалев В.В. Управление активами фирмы: учебно-практическое пособие. – М.: Велби, Проспект, 2007.
5. Бентли Л., Шерман Б. Право интеллектуальной собственности: Авторское право/Пер. с англ. В.Л. Вольфсона – СПб.: Юр. центр Пресс, 2004.
6. Зинов В.Г. Управление интеллектуальной собственностью: Учебное пособие – М.: Дело, 2003.
7. Вахрушина О.Б. Управленческий учет. Курс лекций/М.: Эксмо, 2010.

*Дополнительная литература:*

1. 7 нот менеджмента: настольная книга руководителя/под ред. В.В. Кондратьева, М.: Эксмо, 2008.
2. Иванов Н.В. Авторские и смежные права в музыке: учеб.-практ. пособие/Под ред. А.П. Сергеева. – М.: Проспект, 2009.
3. Козырев А.Н. Инвентаризация и стоимостная оценка интеллектуальной собственности//Интеллектуальная собственность. 2001. No1
4. Кокарев И.Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России: Учеб. пособие. – М.: Аспект Пресс, 2009.
5. Манахова Е. Характеристика современного телерынка. Система продвижения аудиовизуальной продукции на ТВ//В сб. Мастерство продюсера кино и телевидения/Под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2008.
6. Чуковская Е.А. Продюсирование в аудиовизуальной сфере в контексте правовых норм//В сб. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы/Под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010.

*Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:*

1. ЭБС РУДН и сторонние ЭБС, к которым студенты университета имеют доступ на основании заключенных договоров
  - Электронно-библиотечная система РУДН – ЭБС РУДН  
<http://lib.rudn.ru/MegaPro/Web>
  - ЭБС «Университетская библиотека онлайн» <http://www.biblioclub.ru>
  - ЭБС Юрайт <http://www.biblio-online.ru>
  - ЭБС «Консультант студента» [www.studentlibrary.ru](http://www.studentlibrary.ru)
  - ЭБС «Троицкий мост»
2. Базы данных и поисковые системы
  - электронный фонд правовой и нормативно-технической документации  
<http://docs.cntd.ru/>
  - поисковая система Яндекс <https://www.yandex.ru/>
  - поисковая система Google <https://www.google.ru/>
  - реферативная база данных SCOPUS  
<http://www.elsevier.com/locate/scopus/>

*Учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся при освоении дисциплины/модуля\*:*

1. Курс лекций по дисциплине «Менеджмент в СМИ».
2. Лабораторный практикум по дисциплине «Менеджмент в СМИ».

\* - все учебно-методические материалы для самостоятельной работы обучающихся размещаются в соответствии с действующим порядком на странице дисциплины **в ТУИС!**

## **8. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ И БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СИСТЕМА ОЦЕНИВАНИЯ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Оценочные материалы и балльно-рейтинговая система\* оценивания уровня сформированности компетенций (части компетенций) по итогам освоения дисциплины «Менеджмент в СМИ» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

\* - ОМ и БРС формируются на основании требований соответствующего локального нормативного акта РУДН.