

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 24.05.2024 11:03:07
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

МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МССН для направления подготовки/специальности:

42.04.01 РЕКЛАМА И СВЯЗИ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ

(код и наименование направления подготовки/специальности)

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

УПРАВЛЕНИЕ БИЗНЕС-КОММУНИКАЦИЯМИ

(наименование (профиль/специализация) ОП ВО)

2024 г.

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Медиаменеджмент» входит в программу магистратуры «Управление бизнес-коммуникациями» по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью» 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 «Медиаменеджмент» 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) |
|-------|---|---|
| ОПК-1 | Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем. | ОПК-1.1 Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов; ОПК-1.2 Умеет разрабатывать организационный план производства медиатекстов\медиапродуктов или коммуникационных продуктов; ОПК-1.3 Создает востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем; |
| ОПК-5 | Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | ОПК-5.1 Знает политические и экономические механизмы функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, правовые и этические нормы регулирования; ОПК-5.2 Умеет анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; |

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Медиаменеджмент» 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 «Медиаменеджмент».

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

| Шифр | Наименование компетенции | Предшествующие дисциплины/модули, практики* | Последующие дисциплины/модули, практики* |
|-------|---|---|---|
| ОПК-1 | Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем. | | Ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; |
| ОПК-5 | Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования. | | Ознакомительная практика; Научно-исследовательская работа; Преддипломная практика; Управление рекламным агентством и связями с общественностью; Методология проектной деятельности; |

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

** - элективные дисциплины /практики

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Медиаменеджмент» 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 |
| Общая трудоемкость дисциплины | ак.ч. | 108 | 108 |
| | зач.ед. | 3 | 3 |

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 медиаактивами и правами. Как повысить стоимость медиаактива. | ЛК, СЗ |
| | | 2.12 | Управление медиаактивами и правами. Правовое регулирование авторских и смежных прав. РАО. | ЛК, СЗ |
| | | 2.13 | Управление медиаактивами 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 – практические/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 | | |
| Семинарская | | |
| Для самостоятельной работы | | |

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Основы медиабизнеса/учебник под ред. Вартановой Е.Л., М.: Аспект-Пресс, 2009.
2. Иваницкий В.Л. Бизнес-моделирование СМИ//в кн. Основы медиабизнеса/учебник под ред. Вартановой 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

- 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.elsevierscience.ru/products/scopus/>

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

1. Курс лекций по дисциплине «Медиаменеджмент».

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 «Медиаменеджмент» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Бурдовская Елена

Юрьевна

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

Заведующий кафедрой

Должность БУП

Подпись

Барабаш Виктор

Владимирович

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

Доцент

Должность, БУП

Подпись

Савастенко Роман

Андреевич

Фамилия И.О.