

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Ястребов Олег Александрович
Должность: Ректор
Дата подписания: 02.06.2023 18:25:48
Уникальный программный ключ:
ca953a0120d891083f939673078ef1a989dae18a

Приложение №6
к «Структуре, требованиям и порядку разработки ОП ВО»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)
(Шаблон РПД и требования к её формированию)

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

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Медиаэкономика

(наименование дисциплины/модуля)

Рекомендована МСЧН 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)

1. ЦЕЛЬ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Медиаэкономика» является формирование понимания особенностей медиарынка и журналистской информации как товара; причин появления предпосылок основания СМИ и проблем собственности на медиарынке; индустрии СМИ в системе рыночных отношений; причины зарождения и особенности функционирования медиамаркетинга/медиаменеджмента и их место в медийной экономике; особенностей движущих сил медиаэкономики; процессов функционирования СМИ в медийном пространстве, их концентрации и финансовое управление в сфере бизнес-моделирования СМИ; медиаизмерений медиопланирования и медиамаркетинговых моделей эффективных СМИ; построения сбалансированного бизнеса-портфеля компании; государственной политики в медиаэкономике и проблем медиаэкономики на растущих и зрелых рынках.

2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Освоение дисциплины «Медиаэкономика» 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-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
		ОПК-5.3. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования.

3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП ВО

Дисциплина «Медиаэкономика» относится к обязательной части блока Б1 ОП ВО.

В рамках ОП ВО обучающиеся также осваивают другие дисциплины и/или практики, способствующие достижению запланированных результатов освоения дисциплины «Медиаэкономика».

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-5	Способность принятия профессиональных решений, анализировать актуальные тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Основы рекламы и PR Маркетинг в СМИ Межкультурная коммуникация Психология управления	Маркетинговое мышление и медиапространство Менеджмент в СМИ Методология и методика медиаисследований

4. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И ВИДЫ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

Общая трудоемкость дисциплины «Медиаэкономика» составляет 2 зачетных единицы.

Таблица 4.1. Виды учебной работы по периодам освоения ОП ВО для **ОЧНОЙ** формы обучения

Вид учебной работы	ВСЕГО, ак.ч.	Семестр			
		1	2	3	4
Контактная работа, ак.ч.	17	17			
Лекции (ЛК)					
Лабораторные работы (ЛР)					
Практические/семинарские занятия (СЗ)	17	17			
Самостоятельная работа обучающихся, ак.ч.	45	45			
Контроль (экзамен/зачет с оценкой), ак.ч.	10	10			
Общая трудоемкость дисциплины	ак.ч.	72	72		
	зач.ед.	2	2		

5. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
Раздел 1. Основы медиаэкономики	Тема 1.1. Основы медиаэкономики: ключевые термины и основные понятия.	ЛК
	Тема 1.2. Бизнес планирование и медиапродукт.	ЛК
	Тема 1.3. Практика бизнес-планирования	ЛК
Раздел 2. Основы медиаэкономики:	Тема 2.1 Матрица корпоративных стратегий,	ЛК

Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела (темы)	Вид учебной работы*
позиционирование и корпоративные стратегии	типологий современных рынков	ЛК
Раздел 3. Реклама и бренд: нематериальные активы медиапредприятия	Тема 3.1. Реклама и бренд,	ЛК
	построение нематериальных активов медиапредприятия	ЛК
Раздел 4. Реклама и в формирование бизнес-портфеля медиапредприятия	Тема 4.1. Матрица ВСГ и понятие СБЕ и СБЗ,	ЛК
	формирование сбалансированного бизнес-портфеля медиапредприятия	ЛК
Раздел 5. Ценовой дом и ценовая политика	Тема 5. 1. Цена и ценообразование в медиаиндустрии,	ЛК
	спрос и объем производства	ЛК
Раздел 6. Анализ факторов внутренней и внешней среды медиапредприятия	Тема 6.1. Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия	ЛК
	Тема 6.2. Анализ факторов внешней среды медиапредприятия	ЛК
	Тема 6.3. SWOT-анализ и выбор стратегии	ЛК
Раздел 7. Коммуникационное обеспечение медиапредприятия: СЗБ (стратегические зоны бизнеса)	Тема 7.1. Формирование и продвижение СЗБ (стратегических зон бизнеса) медиапредприятия	ЛК
Раздел 8. Коммуникационное обеспечение медиапредприятия: СБЕ (стратегические бизнес единицы)	Тема 8.1. Формирование и продвижение СБЕ (стратегических бизнес единиц) медиапредприятия	ЛК
Раздел 9. Коммуникационное обеспечение стратегии медиапредприятия	Тема 9.1. Выбор стратегии медиапредприятия: наступательная, оборонительная, фиксирующая стратегии	ЛК

* - 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.	Моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный, звуковые колонки, Windows установлен при покупке. Office ID 86626883
Для самостоятельной работы обучающихся	Аудитория для самостоятельной работы обучающихся (может использоваться для проведения семинарских занятий и консультаций), оснащенная комплектом специализированной мебели и компьютерами с доступом в ЭИОС.	Моноблок Lenovo C560 - 20 шт., проектор Epson EB-955W, экран моторизованный, звуковые колонки, Windows установлен при покупке. Office ID 86626883

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

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Музыкант В.Л. *Основы интегрированных коммуникаций*. Москва: ЮРАЙТ, 2022 (в двух частях). 80 п.л. Рекомендован в качестве учебника для ВУЗов.
2. *Muzikant V.L. Media Economy, RUDN Publ. 2013 / Музыкант В.Л. Медиаэкономика. РУДН. 2013 (на англ. яз.)*
3. Музыкант В.Л. *Маркетинговые основы управления коммуникациями (ATL-, BTL-реклама, интегрированные маркетинговые коммуникации, брэндинг)*. Полный курс МВА. Москва: ЭКСМО, 2009. 40 п.л. Рекомендовано Министерством образования и науки РФ в качестве учебного пособия по специальностям 350700 – Реклама, 061500 – Маркетинг.
4. Музыкант В.Л. *Интегрированные маркетинговые коммуникации*. Москва ИНФРА-М: 2012. 14 п.л. 220 с. Рекомендовано Министерством образования РФ в качестве учебного пособия по специальностям 032401 – Реклама, 080111 – Маркетинг и направлению Торговое дело - 100700.

Дополнительная литература:

1. Ries A., Trout J. *Positioning: The Battle for Your Mind*. N.Y.: McGraw-Hill, 2021.
2. Ньюсом К., Терк Д., Крукеберг Д. *Все о PR. Теория и практика паблик рилейшнз*. М.: Инфра-М, Имидж Контакт, 2020.

3. *Основы теории коммуникации: Учебник/ под ред.проф. М.А.Василика. М., 2003.*
4. *Почепцов Г.Г. Коммуникативные технологии XX века. М., 1999.*
5. *Ситников А.П., Гундарин М.В. Победа без победителей: очерки теорий прагматических коммуникаций. М.: Инфра-М, Имидж Контакт, 2003.*
6. *Соколов А.В. Теория социальной коммуникации. СПб., 2001.*
7. *Тоффлер А. Третья волна. Американская модель: с будущим в конфликте. М., 1984.*
8. *Федотова Л.Н. Социология массовой коммуникации: Учебник для ВУЗов. СПб., 2003.*
9. *Хабермас Ю. Моральное сознание и коммуникативное действие. СПб., 2000.*
10. *Чумиков А.Н. Связи с общественностью. М., Дело, 2003.*
11. *Шарков Ф.И. Основы теории коммуникации: Учебник. М., 2002.*

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 «Лань» <http://e.lanbook.com/>
- 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 «Медиаэкономика».

2.

* - 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 «Медиаэкономика» представлены в Приложении к настоящей Рабочей программе дисциплины.

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

РАЗРАБОТЧИК:

Профессор кафедры массовых
коммуникаций



Музыкант В.Л.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ БУП:

**Кафедра массовых
коммуникаций**

Барабаш В.В.

Наименование БУП

Подпись

Фамилия И.О.

РУКОВОДИТЕЛЬ ОП ВО:

**Кафедра массовых
коммуникаций**

Барабаш В.В.

Должность, БУП

Подпись

Фамилия И.О.