



## 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

Цели:

- формирование у магистрантов систематизированных научных знаний об основных принципах медиаменеджмента и стратегии медиаменеджмента в различных средах.
- формирование навыков и умений, необходимых для разработки стратегии продвижения публикаций в сфере профессиональной деятельности в СМИ.

Задачи учебной дисциплины:

- усвоение магистрантами системы знаний в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ;
- формирование у магистров умений, навыков и компетенций, необходимых для успешного принятия управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами и т.д.;
- освоение инструментов стратегической организационной диагностики и использования их при управлении портфелем медиахолдинга;
- изучение методов и особенностей управления правами на контент в различных средах.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Дисциплина «Основы медиаменеджмента» относится к обязательной части блока Б1.

## 11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
ОПК-5:	ОПК-5: Способен выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента..	ОПК-5.1.  ОПК-5.2.	Знает основные принципы и стратегии медиаменеджмента  Способен предложить стратегию по продвижению публикаций в сфере профессиональной деятельности в СМИ	Знать: основные принципы и стратегии медиаменеджмента Уметь: предлагать и разрабатывать стратегию по продвижению публикаций в сфере профессиональной деятельности в СМИ Владеть: навыками продвижения публикаций в сфере профессиональной деятельности в СМИ.

## 12. Объем дисциплины в зачетных единицах/часах в соответствии с учебным планом —.2 ЗЕТ/ 72 часа.

Форма промежуточной аттестации: зачет

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы:

Вид учебной работы		Трудоемкость			
		Всего	По семестрам		
			2 семестра	№ семестра	...
Контактная работа		24	24		
в том числе:	лекции	12	12		
	практические	12	12		
	лабораторные				
	курсовая работа				
	групповые консультации				
Самостоятельная работа		48	48		
в том числе: курсовая работа (проект)					
Индивидуальные консультации					
Промежуточная аттестация : зачёт					
Итого:		72	72		

#### 13.1 Содержание дисциплины:

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
		<b>Лекции</b>	
1	Современная медиаиндустрия и медиаменеджмент	<p>Понятие и основные направления медиаменеджмента</p> <p>Применение концепции базовых стратегий в менеджменте М. Портера к медиасфере. Три базовые стратегии в медиаменеджменте: лидерство в минимизации издержек и продаж; лидерство в производстве специализированной продукции (нишевые СМИ); лидерство в ориентации на конкретный сегмент рынка и определенные целевые группы. Эталонные стратегии развития медиапредприятий: стратегия концентрированного роста; стратегия интегрированного рынка; стратегия диверсифицированного роста; стратегия сокращения..</p>	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>

2	Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента	Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиапродукции: рейтинг-контроль, долевой контроль, РС-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиапродукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М. Портера. PEST-анализ.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
3	СМИ в современной экономике. Управление контентом	Типы СМИ и модели медиаменеджмента Медиабизнес и англосаксонская модель медиаменеджмента. Жесткие и мягкие технологии медиаменеджмента. Управление прямое и косвенное, «жесткое» и «мягкое». Экономические и политические схемы управления СМИ. Управление через влияние. Институты влияния. «Телефонное право» и другие формы влияния на ситуацию в СМИ.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
4	Правовая основа медиаменеджмента	Информационная сфера как объект правового регулирования. Российское законодательство о средствах массовой информации. Свобода массовой информации: понятие, пределы, ответственность. Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды. Правовое регулирование экономических отношений в сфере массовой информации. Правовой статус журналиста. Права и обязанности журналиста. Доступ журналиста к информации. Злоупотребление правами журналиста.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
5	Общественное мнение как инструмент социального управления	Сущность общественного мнения как комплекса представлений и отношений. Основные характеристики общественного мнения: распространенность, интенсивность, стабильность, динамичность, зрелость. Структура общественного мнения. Рациональные, волевые и эмоциональные компоненты структуры общественного мнения. Диагностика латентного общественного мнения как информационная база управленческих стратегий. Лидеры общественного мнения.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
6	Медиаменеджмент в	Современные технологии интернет-медиаменеджмента Продвижение публикаций, СММ, копирайтинг,	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#</a>

	Интернет-пространстве	фактчекинг и другие тренды.	section-4
		<b>Практические занятия</b>	
1	Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента	Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиапродукции: рейтинг-контроль, долевого контроля, РС-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиапродукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М. Портера. PEST-анализ.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
2	Правовая основа медиаменеджмента	Информационная сфера как объект правового регулирования. Российское законодательство о средствах массовой информации. Свобода массовой информации: понятие, пределы, ответственность. Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды. Правовое регулирование экономических отношений в сфере массовой информации. Правовой статус журналиста. Права и обязанности журналиста. Доступ журналиста к информации. Злоупотребление правами журналиста.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
3	Общественное мнение как инструмент социального управления	Сущность общественного мнения как комплекса представлений и отношений. Основные характеристики общественного мнения: распространенность, интенсивность, стабильность, динамичность, зрелость. Структура общественного мнения. Рациональные, волевые и эмоциональные компоненты структуры общественного мнения. Диагностика латентного общественного мнения как информационная база управленческих стратегий. Лидеры общественного мнения.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
4	Формирование общественного мнения.	Сущность и факторы формирования общественного мнения. Соотношение терминов “информация” и “пропаганда” в теории общественного мнения. Способы формирования общественного мнения посредством целенаправленных воздействий на аудиторию СМИ. Целенаправленные и стихийные способы формирования общественного мнения. Средства массовой	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>

		информации как основные каналы формирования и выражения общественного мнения. Соотношение формально-декларируемого и латентного мнения. Влияние на формирование мнения социальной ситуации, группового опыта и индивидуальной позиции субъекта.	
5	Информационные кампании в системе медиарилейшенз	Определение кампании. Типы кампаний. Подготовка кампании. Проведение кампании. Анализ результатов кампании. Чему учит опыт организации и проведения кампаний. Управление медиаресурсами.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>
6	Медиаменеджмент в Интернет-пространстве	Современные интернет-медиаменеджмента технологии. Продвижение публикаций, СММ, копирайтинг, фактчекинг и другие тренды.	<a href="https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4">https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803#section-4</a>

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)				
		Лекции	Практические	Лабораторные	Самостоятельная работа	Всего
1	Современная медиаиндустрия и медиаменеджмент	2			6	10
2	Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента	2	2		8	12
3	СМИ в современной экономике. Управление контентом	2			6	8
4	Правовая основа медиаменеджмента	2	2		6	8
5	Общественное мнение как инструмент социального управления	2	2		8	14
6	Формирование общественного мнения.		2		6	10
7	Информационные кампании в системе медиарилейшенз		2		8	10

8	Медиаменеджмент в Интернет-пространстве	2	2			
	Итого:	12	12		48	72

#### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Подготовка к семинарским занятиям предполагает освоение терминологии, подготовка сообщений на основании предложенного списка литературы.

Самостоятельная работа студентов по учебной дисциплине предполагает самостоятельное выполнение ряда практических и исследовательских заданий, выдаваемых студентам преподавателем на семинарских занятиях.

Все самостоятельно выполняемые студентами задания подлежат последующей проверке преподавателем.

При подготовке к практическим занятиям целесообразно использовать информационные ресурсы, размещенные в ЭУМК «Основы медиаменеджмента» <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803>

#### 15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Ворошилов, В.В. Теория и практика массовой информации : учебник : [к использованию в образовательных учреждениях, реализующих образовательные программы ВПО по специальностям "Связи с общественностью" и "Социально-культурный сервис и туризм"] / В.В. Ворошилов .— 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : КНОРУС, 2014 .— 464 с. : табл.
2	Протасова, О.Л. Связи с общественностью и имидж в политической сфере российского общества [Электронный ресурс] : [учебное пособие] / О. Протасова, Э. Бикбаева, М. Д. Наумова; Тамбовский государственный технический ун-т. Тамбов : ТГТУ, 2015 – 83 с. - Библиогр.: с. 76-78. – Режим доступа: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&amp;book_id=445035">http://biblioclub.ru/index.php?page=book_view_red&amp;book_id=445035</a>

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
3	Блэк, Сэм. Паблик рилейшенз. Что это такое? / Сэм Блэк. - М.: Модино пресс, 2014 - 240 с. (и более ранние издания)
4	Грин Э. Креативность в паблик рилейшнз / Грин, Энди. - М.: СПб: Нева, 2014 – 224 (и более ранние издания) с.
5	Почепцов, Г. Г. Паблик рилейшнз для профессионалов / Г.Г. Почепцов. - М.: Ваклер, Рефл-бук, 2008 - 624 с. (и более ранние издания).
6	Почепцов Г. Паблик рилейшнз / Георгий Почепцов. - М.: Центр, 2010 - 352 с.
7	Джефкинс, Фрэнк. Паблик рилейшнз : Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 350400 "Связи с общественностью" / Ф. Джефкинс, Д. Ядин ; Пер. с англ. под ред. Б.Л. Еремина .— М. : ЮНИТИ-ДАНА,

2003. — XV, 400 с. : ил. — (Зарубежный учебник) .

в) базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:

№ п/п	Ресурс
8	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА. – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 01.05.2021).
9	Университетская библиотека ONLINE: электронно-библиотечная система. – URL: <a href="http://www.biblioclub.ru">http://www.biblioclub.ru</a> (дата обращения: 01.05.2021).
10	Электронный каталог Научной библиотеки ВГУ. – URL: <a href="http://www.lib.vsu.ru">http://www.lib.vsu.ru</a> (дата обращения: 01.05.2021).
11	Электронно-библиотечная система "Лань". – URL: <a href="https://e.lanbook.com">https://e.lanbook.com</a> (дата обращения: 01.05.2021).
12	eLIBRARY.RU - НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ БИБЛИОТЕКА. – URL: <a href="https://elibrary.ru/">https://elibrary.ru/</a> (дата обращения: 01.05.2021).

### **17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ, электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):**

При реализации дисциплины могут проводиться различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяться дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

Дисциплина реализуется с использованием дистанционных образовательных технологий.

По дисциплине разработан ЭУМК «Основы медиаменеджмента» на платформе электронного университета ВГУ moodle <https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=4803>

### **18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

Основой использования образовательных технологий по дисциплине выступает системно-деятельностный подход, обеспечивающий наибольшую эффективность обучения и его практико-ориентированную составляющую. В организационном отношении образовательный процесс включает фронтальную, групповую работу студентов. В рамках лекционных и практических занятий используются вербальные, наглядные, компьютерные технологии, проблемное и проектное обучение.

Учебная аудитория: специализированная мебель, ноутбук, проектор, Linux — Ubuntu, LibreOffice, Xnconvert, поисковая система Яндекс, Яндекс Диск.

СПС "Консультант Плюс" для образования, Office Home and Student 2019 All Lng PKL Onln CEE Only DwnLd C2R NR, WIN HOME 10 32-bit/64-bit All Lng PK Lic Online DwnLd NR, СПС "Консультант Плюс" для образования, Kaspersky Endpoint Security для бизнеса -Универсальный Russian Edition

### **19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций**

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
-------	--	----------------	-------------------------------------	--------------------



1	Современная медиаиндустрия и медиаменеджмент	ОПК-5	ОПК-5.1.	Дискуссия по теме
2	Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента	ОПК-5	ОПК-5.2.	Практическое задание Исследовательский проект.
3	СМИ в современной экономике. Управление контентом	ОПК-5	ОПК-5.2.	. Практическое задание.
4	Правовая основа медиаменеджмента	ОПК-5	ОПК-5.1.	Практическое задание.
5	Общественное мнение как инструмент социального управления	ОПК-5	ОПК-5.1.	Практическое задание
6	Формирование общественного мнения.	ОПК-5	ОПК-5.2.	Практическое задание.
7	Информационные кампании в системе медиарелейшенз	ОПК-5	ОПК-5.2.	Практическое задание
8	Медиаменеджмент в Интернет-пространстве	ОПК-5	ОПК-5.2.	Практическое задание
Промежуточная аттестация форма контроля - зачет				<i>Перечень вопросов Практическое задание</i>

## 20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

### 20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### 1) Практические задания:

**по теме «Экспертиза межнациональных отношений как направление экспертной деятельности»**

**Перечень заданий:** составление конспекта к практическому занятию:

Мониторинг медиапродукции: рейтинг-контроль, долевой контроль, РС-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиапродукции).

**По теме «Фактчекинг заголовков и иллюстраций»**

Деловая игра:

Упражнение закрепляет навыки оперативной работы с новостями. Студенты учатся быстро проверять информацию и находить фактические ошибки в иллюстрациях и заголовках к текстам.

Цель упражнения

Обучение принципам и способам фактчекинга.

Используя поиск по тексту, картинкам и другие приёмы фактчекинга, студентам необходимо дать заключение по каждой карточке: можно ли было публиковать такую информацию или это некачественная журналистская работа (указать, в чем ошибка).

Критерии оценивания результатов выполнения заданий:

Оценки «отлично» заслуживает студент, который обнаруживает систематические и глубокие знания учебного материала, владеет базовыми понятиями, свободно выполняет задания, предусмотренные программой; проявляет творческие способности в изложении, понимании программного материала. Способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности

Оценки «хорошо» заслуживает студент, который обнаруживает полное знание учебного материала, ориентируется в базовых понятиях, успешно выполняет задания, предусмотренные программой. Освоил основные закономерности курса в их значении для приобретаемой профессии. В целом способен преломлять теоретические знания к практике будущей профессиональной деятельности.

Оценки «удовлетворительно» заслуживает студент, который обнаруживает знание основного учебного материала, справляется с выполнением заданий, предусмотренных программой. Допускает погрешности в ответе и при выполнении заданий. Испытывает затруднения в соотнесении теоретических знаний с практикой будущей профессиональной деятельности.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который обнаруживает пробелы в знаниях основного учебного материала, не владеет базовыми категориями курса, не выполняет задания, предусмотренные программой

## **20.2 Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

### **Примеры контрольно-измерительных материалов к текущей аттестации (зачёту)**

1. Понятие и основные направления медиаменеджмента
2. Стратегии в медиа менеджменте
3. Мониторинг медиапродукции: рейтинг-контроль, долевого контроля, РС-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиапродукции).
4. Типы СМИ и модели медиаменеджмента
5. Жесткие и мягкие технологии медиаменеджмента.
6. Информационная сфера как объект правового регулирования.
7. Российское законодательство о средствах массовой информации.

8. Свобода массовой информации: понятие, пределы, ответственность.  
Злоупотребление свободой массовой информации: понятие и виды.
9. Общественное мнение как комплекс представлений и отношений.
10. Диагностика латентного общественного мнения как информационная база управленческих стратегий. Лидеры общественного мнения.
11. Сущность и факторы формирования общественного мнения.
12. Соотношение терминов “информация” и “пропаганда” в теории общественного мнения.
13. Средства массовой информации как основные каналы формирования и выражения общественного мнения.
14. Кампания медиарилейшнз
15. Управление медиа ресурсами.
16. Управление контентом
17. Продвижение материалов в СМИ и социальных сетях.
18. Современные технологии интернет-медиаменеджмента

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний. При оценивании используются и качественные шкалы оценок.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
1. Глубокое и прочное усвоение знаний программного материала (умение выделять главное, существенное). 2. Исчерпывающее, последовательное, грамотное и логически стройное изложение. 3. Правильность формулировки понятий и закономерностей по данной проблеме. 4. Использование примеров из монографической литературы и практики. 5. Знание авторов-исследователей по данной проблеме. 6. Умение сделать вывод по излагаемому материалу. 1. Общие знания основного материала без усвоения некоторых существенных положений. 2. Формулировка основных понятий, но – с некоторой неточностью.	<b>Повышенный уровень</b>	<b>Зачтено</b>

3. Затруднения в приведении примеров, подтверждающих теоретические положения.		
<p>Ответ обучающегося не соответствует вопросу.</p> <p>Обучающийся допускает более 2 значительных ошибок, не может аргументировать высказываемые положения, не может продемонстрировать навыков критического мышления.</p>	-	<b>Не зачтено</b>

Описание технологии проведения.

Форма проведения зачета: устный зачёт в формате ответов на вопросы.

Требования к ответу: полное раскрытие вопросов; демонстрация навыков критического мышления; отсутствие фактических ошибок при изложении ответов на вопросы; демонстрация знаний материала непосредственно изложенного на лекциях и представленного в первоисточниках, разбираемых на практических занятиях по курсу; умение последовательно, связно излагать свои мысли.

Возможность дополнительных вопросов: преподаватель может задавать студенту дополнительные уточняющие вопросы, касающиеся тематики вопроса.