

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ  
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ  
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»  
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

**УТВЕРЖДАЮ**

Заведующий кафедрой  
журналистики и литературы



Гордеев Ю.А.  
20.05.2021

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.О.11 Менеджмент медиа в сфере международных отношений

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 41.04.05 Международные отношения.
- 2. Профиль подготовки:** Международная защита прав человека
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** кафедра журналистики и литературы
- 6. Составители программы:** Золотухин Андрей Александрович, кандидат филологических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** НМС факультета журналистики, протокол № 8 от 20.05.2021 г.
- 8. Учебный год:** 2021-2022 **Семестр(ы):** 1

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины

- сформировать целостное представление о технологии создания и эффективного функционирования массовой и специализированной коммуникации, работающей в медийной среде России и других стран;
- дать представление о современных требованиях к менеджменту как инструменту создания и управления медиакommunikацией;
- сформировать способности анализировать и делать собственные выводы об уровне профессиональных стратегий, действий, реалий, присутствующих в сфере медиакommunikаций разных стран;
- предоставить магистрантам возможности моделирования процессов медиаменеджмента, действующих в условиях становления национальной экономики и гражданского общества в России с учетом международной конъюнктуры.
- индивидуально и в составе команды создавать профессионально-ориентированные тексты различной жанрово-стилистической принадлежности.

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки магистрантов по направлению 41.04.05 Международные отношения.

## 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-1	Способен выстраивать профессиональную коммуникацию на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах) по профилю деятельности в мультикультурной среде на основе применения различных коммуникативных технологий с учетом специфики деловой и духовной культуры России и зарубежных стран	ОПК-1.5.	Выстраивать профессиональную коммуникацию в современных интерактивных форматах, в том числе в социальных сетях и блогах. Определять оптимальные каналы для донесения различных типов сообщений для целевых аудиторий	Знать: основные законы и концепции медиарынка, маркетинга, менеджмента; историю становления в мире и России медиарынка; принципы организации и работы медиапредприятия; принципы финансово-бюджетной организации медиапредприятия, моделирования и бизнес-планирования СМИ.  Уметь: моделировать процессы менеджмента современного медиа, действующего в условиях становления и развития национальной экономики; самостоятельно подготовить план проведения маркетинговой кампании, учебный вариант бюджета и бизнес-плана медиа.
ОПК-2	Способен осуществлять поиск и применять перспективные информационно-коммуникационные технологии и	ОПК-2.1  ОПК-2.2	Применять современные технологии поиска, обработки и анализа информации для интерпретации и прогноза развития международно-политических процессов  Использовать специализированные базы данных и программные	Владеть (иметь навык(и)): в области стратегического и тактического маркетингового планирования, проведения маркетинговых исследований и кампаний, иных направлений маркетинга, а также в сфере бизнес-моделирования и регулярного менеджмента медиа

ОПК-5	<p>программные средства для комплексной постановки и решения задач профессиональной деятельности</p> <p>Способен выстраивать стратегию по продвижению публикаций по профилю деятельности в средствах массовой информации на основе базовых принципов медиаменеджмента</p>	ОПК-2.3	<p>средства для оперативного поиска информации, необходимой для решения профессиональных задач</p> <p>Адекватно оценивать получаемые сведения для выявления имеющихся информационных лагун и выявлять попытки информационно-пропагандистского и манипулятивного воздействия с учётом требований информационной безопасности</p>	
		ОПК-5.1	<p>Самостоятельно готовить профессионально-ориентированные тексты различной жанрово-стилистической принадлежности (статья, аналитическая справка, информационно-аналитическая записка, рецензия, программный документ, аннотация, тезисы к докладу, пресс-релиз и пр.)</p>	
		ОПК-5.2	<p>Оценивать целевую аудиторию и редакционную политику печатных, аудиовизуальных и Интернет-СМИ</p>	
		ОПК-5.3	<p>Формировать и продвигать требуемый образ политических явлений и процессов посредством серии публикаций различного жанра в различных типах СМИ. Оценивать восприятие образа политических явлений и процессов, сформированного в СМИ</p>	

**12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.: 2/72.**

**Форма промежуточной аттестации:** зачет с оценкой.

**13. Трудоемкость по видам учебной работы**

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			1
Аудиторные занятия		38	38
в том числе:	Лекции	18	18
	Практические	18	18
Самостоятельная работа		34	34
Форма промежуточной аттестации		Зачет с оценкой - 2	Зачет с оценкой - 2
Итого:		72	72

**13.1. Содержание дисциплины**

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК
1	Отрасль медиа и медифирма в системе мирового и национального медиарынка	История развития медиа как производства и бизнеса. Особенности медиаэкономика – действие на двух рынках – товаров и услуг. Рынок товаров, на котором в качестве продукта выступает содержание медиа (СМИ). Структура понятия медиасодержания. Рынок услуг – доступ к аудитории.	–
2	Моделирование медиа	Основные элементы создания медиа: миссия, концепция, цели и задачи, модели, маркетинговые этапы и этапы создания фирмы масс-медиа	–
3	Процедуры регулярного менеджмента	Организация и структура, логистика и учет, экономика, вспомогательные процедуры	
4.	Бизнес-планирование медиа	Цели и задачи медиа как продукта и предприятия. Группы социальных и экономических целей. Социальная и экономическая политика медиа. Бюджет и баланс. Основы бизнес-планирования СМИ.	–

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

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)			Всего
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	
1	Отрасль медиа и медифирма в системе мирового и национального медиарынка	6	6	8	20
2	Моделирование медиа	4	4	8	16
3	Процедуры регулярного менеджмента	4	4	8	16

4	Бизнес-планирование медиа	4	4	10	18
Итого:		18	18	34	70

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

Часть учебного материала изучается на лекциях, часть – на практических занятиях. Учебный материал содержится в рекомендуемой литературе, учебно-методических пособиях, презентационном материале лекций. Практические занятия (семинары) проводятся в следующих формах: опрос, дискуссия в группе обучающихся, игра. Предусмотрена текущая аттестация в следующей форме: индивидуальное и групповое творческое задание.

Самостоятельная работа студента предполагает:

- изучение рекомендуемой основной и дополнительной литературы;
- изучение презентационного материала лекций;
- подготовку к практическим занятиям;
- подготовку к текущей аттестации;
- подготовку к промежуточной аттестации.

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

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Основы медиабизнеса: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М.: Аспект Пресс, 2014. – 360 с

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
1	Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / Е.Л. Вартанова, М.И. Гутова, В.Л. Иваницкий; Под ред. Е.Л. Вартановой. – М. Аспект Пресс, 2018. – 376 с.
2	Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. – М.: Аспект пресс, 2010. – 254 с.
3	

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)\*:

№ п/п	Ресурс
1.	Электронный каталог Научной библиотеки Воронежского государственного университета. – ( <a href="http://www.lib.vsu.ru/">http // www.lib.vsu.ru/</a> )

#### 16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы

№ п/п	Источник
1	Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. – М.: Аспект пресс, 2010. – 254 с.

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

При реализации дисциплины проводятся занятия лекционного типа (лекции с демонстрацией презентационного материала), занятия семинарского типа (опрос, дискуссия, игра, групповая работа), текущая аттестация (индивидуальное и групповое творческое задание).

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

Типовое оборудование аудитории, проектор, экран, компьютер, интернет

#### 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	Отрасль медиа и медиафирма в системе мирового и национального медиарынка	ОПК-1	ОПК-1.5	–
2	Моделирование медиа	ОПК-2	ОПК-2.1 ОПК-2.2 ОПК-2.3	Задание №1. Формулировка миссии
3	Процедуры регулярного менеджмента	ОПК-5	ОПК-5.1 ОПК-5.2	Задание №2. Создание персонажей ЦА
4	Бизнес-планирование медиа	ОПК-5	ОПК-5.1 ОПК-5.2 ОПК-5.3	Задание №3. Создание эскиза бизнес-плана медиа. Индивидуальное или групповое творческое задание
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет с оценкой				Перечень вопросов

## 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:

#### **Задание №1.** Формулировка миссии медиакомпании.

Обучающие получают список реальных медиа, для которых нужно сформулировать цели и задачи на ближайшие 5 лет.

**Задание №2.** Создание персонажей целевой аудитории медиа с помощью методики персонификации и дизайн-мышления.

**Задание №3.** Создание эскиза бизнес-плана медиа – заявки на грант по шаблону грантодателя.

Требования к выполнению заданий (или шкалы и критерии оценивания)

Критерии оценивания:

- оценка «отлично» выставляется студенту, если он верно и полно понимает правила и технологию создания миссии продукта и компании, формулирует миссию исходя из четкого понимания, на какие вопросы она отвечает, овладевает методикой создания персонажей ЦА и бизнес-планирования, умеет связывать теорию с практикой;
- оценка «хорошо» выставляется студенту, если он понимает правила и технологию создания миссии продукта и компании, формулирует миссию исходя из понимания, на какие вопросы она отвечает, овладевает методикой создания персонажей ЦА и бизнес-планирования, умеет связывать теорию с практикой, но допускает незначительные ошибки в формулировках, построениях и расчетах;
- оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он понимает базовые правила и технологию создания миссии продукта и компании, формулирует миссию, овладевает методикой создания персонажей ЦА и бизнес-планирования, но допускает небольшое количество (2-3) ошибок и просчетов при выполнении этих заданий;
- оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, если он не владеет навыками формулировки миссии, проектирования персонажей, создания эскиза бизнес-плана

допускает многочисленные серьёзные фактические или логические ошибки при выполнении этих заданий.

## **20.2 Промежуточная аттестация**

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседование по вопросам

---

Перечень вопросов к зачёту и порядок формирования КИМ

КИМ представляют собой следующие вопросы:

1. Обозначьте и проанализируйте основные тенденции развития мирового медиабизнеса
2. Перечислите и проанализируйте экономико-менеджерские особенности печатных СМИ
3. Назовите и проанализируйте экономические особенности телевидения и особенности менеджмента телекомпаний
4. Назовите и проанализируйте экономические особенности телевидения и особенности менеджмента радиокompаний
5. Назовите и проанализируйте экономические особенности интернет-СМИ и менеджмента интернет-медиа.
6. Обозначьте и проанализируйте этапы создания СМИ и фирмы массмедиа
7. Расскажите об организационно-правовых формах фирмы массмедиа
8. Перечислите и проанализируйте процессы моделирования СМИ
9. Перечислите и проанализируйте процедуры регулярного менеджмента
10. Назовите виды и характеристики бизнес-плана в медиаиндустрии

Описание технологии проведения

Каждый обучающийся получает один из вопросов, готовится к ответу на содержащиеся в нем вопросы и отвечает по ним. Экзаменатор может задавать дополнительные вопросы по всем разделам дисциплины. На подготовку к ответу отводится не менее 30 минут.

Требования к выполнению заданий, шкалы и критерии оценивания

Для оценивания результатов обучения на экзамене используются следующие показатели:

- знание учебного материала, полученного на лекциях, практических занятиях и из учебной литературы;
- умение связывать теорию с практикой через иллюстрирование ответов примерами, фактами из практики современных массмедиа;
- владение понятийным аппаратом теории журналистики в рамках изучаемой дисциплины.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется 4-балльная шкала: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения:

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
Обучающийся демонстрирует полное и точное знание теоретического материала, полученного на лекциях, практических занятиях и из учебной литературы, полностью сформированное умение связывать теорию с практикой через иллюстрирование ответов адекватными примерами, фактами из практики современных массмедиа, свободное владение понятийным аппаратом теории журналистики в рамках изучаемой дисциплины.	Повышенный уровень	Отлично
Обучающийся демонстрирует достаточно полное и точное знание теоретического материала, полученного на лекциях, практических занятиях и из учебной литературы, в целом сформированное умение связывать теорию с практикой через иллюстрирование ответов адекватными примерами, фактами из практики современных массмедиа, уверенное владение понятийным аппаратом теории журналистики в рамках изучаемой дисциплины – при этом он допускает несущественные ошибки.	Базовый уровень	Хорошо
Обучающийся демонстрирует относительно полное, но не всегда точное знание теоретического материала, полученного на лекциях, практических занятиях и из учебной литературы, не полностью сформированное умение связывать теорию с практикой через иллюстрирование ответов примерами, фактами из практики современных массмедиа, не всегда уверенное владение понятийным аппаратом теории журналистики в рамках изучаемой дисциплины – при этом он допускает ошибки, в том числе существенные (в единичном количестве).	Пороговый уровень	Удовлетворительно
Обучающийся демонстрирует фрагментарное и во многом неточное знание теоретического материала, полученного на лекциях, практических занятиях и из учебной литературы, либо отсутствие такого знания, недостаточно сформированное умение связывать теорию с практикой через иллюстрирование ответов примерами, фактами из практики современных массмедиа либо отсутствие такого умения, недостаточное владение понятийным аппаратом теории журналистики в рамках изучаемой дисциплины.	–	Неудовлетворительно