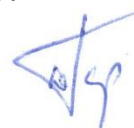


МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
журналистики и литературы



Гордеев Ю.А.
20.05.2021

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Б.1.В.07 Бизнес-моделирование в СМИ

- 1. Код и наименование направления подготовки:** 42.04.02. Журналистика
- 2. Профиль подготовки:** СМИ и интернет
- 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:** 2

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 бизнес-модели и бизнес-планы медиапроектов как социальной, так и коммерческой направленности.

10. Место учебной дисциплины в структуре ОПОП:

Дисциплина относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки магистрантов по направлению 42.04.02 Функционирование телевидения и радиовещания.

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
УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1	Вырабатывает конструктивные стратегии и на их основе формирует команду, распределяет в ней роли для достижения поставленной цели	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. 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
		УК-3.2	Планирует и корректирует работу команды с учетом интересов, особенностей поведения и мнений ее членов, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды для достижения поставленной цели.	
		УК-3.3	Разрешает конфликты и противоречия при деловом общении в команде на основе учета интересов всех сторон	
		УК-3.4	Организует и руководит дискуссиями по заданной теме и обсуждением результатов работы	

ПВК-2	Способен осуществлять редакторскую деятельность любого уровня сложности в разных типах СМИ и других медиа и координировать редакционный процесс	УК-3.5	команды с привлечением последователей и оппонентов разработанным идеям Проявляет лидерские и командные качества, выбирает оптимальный стиль взаимодействия при организации и руководстве работой команды
		ПВК-2.1	Ставит профессиональные задачи журналистам
		ПВК-2.2	Контролирует качество подготовки создаваемых журналистских текстов и (или) продуктов
		ПВК-2.3	Выверяет соблюдение профессиональных этических норм на всех этапах работы журналиста
		ПВК-2.4	Определяет дедлайны и отслеживает их соблюдение

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час.: 3/108.

Форма промежуточной аттестации: экзамен

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			1
Аудиторные занятия		28	28
в том числе:	Лекции	14	14
	Практические	14	14
Самостоятельная работа		80	80
Форма промежуточной аттестации		Зачет с оценкой	Зачет с оценкой
Итого:		108	108

13.1. Содержание дисциплины

ЛЕКЦИИ

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 медиаэкономики – 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.	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)»
2	Моделирование медиа	Основные элементы создания медиа: миссия, концепция, цели и задачи, модели, маркетинговые этапы и этапы создания фирмы масс-медиа	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)
3	Процедуры регулярного менеджмента	Организация и структура, логистика и учет, экономика, вспомогательные процедуры	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)
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.	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

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 медиаэкономики – 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.	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)
2	Моделирование медиа	Основные элементы создания медиа: миссия, концепция, цели и задачи, модели, маркетинговые этапы и этапы создания фирмы масс-медиа	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)
3	Процедуры регулярного менеджмента	Организация и структура, логистика и учет, экономика, вспомогательные процедуры	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)
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.	Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (количество часов)			
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Отрасль медиа и медифирма в системе мирового и национального	4	4	4	12

	медиарынка				
2	Моделирование медиа	4	4	8	16
3	Процедуры регулярного менеджмента	2	2	16	20
4	Бизнес-планирование медиа	4	4	52	60
Итого:		14	14	80	108

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. – (http // www.lib.vsu.ru/)

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. Курс: Бизнес-моделирование (vsu.ru)

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: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование».

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ; экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование».

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.); ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdm; OfficeSTd 2013 RUS OLP NL Acdm; Неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite Комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite; СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в 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	УК-3	УК-3.1	–
2	Моделирование медиа	УК-3 ПКВ-2	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 ПКВ-2.1 ПКВ-2.2 ПК-2.3 ПКВ-2.4	Задание №1. Формулировка миссии
3	Процедуры регулярного менеджмента	УК-3 ПКВ-2	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 ПКВ-2.1 ПКВ-2.2 ПК-2.3 ПКВ-2.4	Задание №2. Создание персонажей ЦА
4	Бизнес-планирование медиа	УК-3 ПКВ-2	УК-3.1 УК-3.2 УК-3.3 УК-3.4 УК-3.5 ПКВ-2.1 ПКВ-2.2 ПК-2.3 ПКВ-2.4	Задание №3. Создание эскиза бизнес-плана медиа. Индивидуальное или групповое творческое задание

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен			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 медиакомпания.

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 серьезные фактические или логические ошибки при выполнении этих заданий.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Перечень вопросов к экзамену 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	Базовый уровень	Хорошо

<p>ответов адекватными примерами, фактами из практики современных массмедиа, уверенное владение понятийным аппаратом теории журналистики в рамках изучаемой дисциплины – при этом он допускает несущественные ошибки.</p>		
<p>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).</p>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>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.</p>	<p>–</p>	<p>Неудовлетворительно</p>