

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»
Факультет социально-культурных технологий
Кафедра управления и экономики социально-культурной сферы

ЭКОНОМИКА МЕДИА

Рабочая программа дисциплины

Направление подготовки
42.04.05 МЕДИАКОММУНИКАЦИИ
Направленность (профиль)
МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ
Квалификация (степень) выпускника:
Магистр

Форма обучения
заочная

Кемерово

Рабочая программа дисциплины разработана, в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) медиаменеджмент, квалификация (степень) выпускника: магистр

Утверждена на заседании кафедры Управления и экономики социально-культурной сферы 11.05.2022 г., протокол № 13 и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru>

Переутверждена на заседании кафедры управления и экономики социально-культурной сферы и рекомендована к размещению на сайте Кемеровского государственного института культуры «Электронная образовательная среда КемГИК» по web-адресу <http://edu.kemguki.ru> 07.04.2025 г., протокол № 8.

Долгих, Т. В. Экономика медиа: рабочая программа дисциплины для обучающихся по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) медиаменеджмент, квалификация (степень) выпускника «магистр» / Т.В.Долгих. – Кемерово: Кемеров. гос. ин-т культуры, 2022. – 15 с. – Текст: непосредственный.

Автор (Составитель):

Т.В. Долгих
канд. экономических наук,
доцент кафедры УиЭ СКС

1. Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины (модуля) является формирование представлений о системе СМИ как системе, действующей в рамках хозяйственных и экономических связей при специфической организации труда и в условиях особенного, нетрадиционного для обычной экономики, ценообразования и потребления

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

Дисциплина «Экономика медиа» относится к блоку дисциплин обязательной части. Для её освоения необходимы знания основ экономики, менеджмента и маркетинга, изучение которых осуществляется по образовательным программам бакалавриата.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций (УК, ОПК, ПК) и индикаторов их достижения.

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенций		
	знать	уметь	владеть
УК-3 – Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	- особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях	- организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата	- навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и полемики
ОПК-5 – Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их	совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона

функционирования, правовых и этических норм регулирования			
---	--	--	--

Перечень обобщённых трудовых функций и трудовых функций, имеющих отношение к профессиональной деятельности выпускника

ПС 01.001 Педагог (педагогическая деятельность в дошкольном, начальном общем, основном общем, среднем общем образовании) (воспитатель, учитель)

Обобщённая трудовая функция: Педагогическая деятельность по проектированию и реализации образовательного процесса в образовательных организациях дошкольного, начального общего, основного общего, среднего общего образования

Трудовая функция: Развивающая деятельность

ПС 01.003 Педагог дополнительного образования детей и взрослых)

Обобщённая трудовая функция: Организационно-методическое обеспечение реализации программ профессионального обучения, СПО и ДПП, ориентированных на соответствующий уровень квалификации.

Трудовая функция: Организация и проведение исследований рынка услуг дополнительного образования детей и взрослых.

03.007 Специалист по реабилитационной работе в социальной сфере

Обобщённая трудовая функция: Организация реабилитационной помощи уязвимым категориям населения

Трудовая функция: Организация и управление реабилитационным случаем

4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины (модуля)

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических часа. В том числе 10 часов контактной (аудиторной) работы с обучающимися, 62 часа - самостоятельной работы обучающихся.

5 часов (50%) аудиторной работы проводится в интерактивных формах.

Практическая подготовка при реализации учебной дисциплины (модуля) организуется путем проведения практических (лабораторных, семинарских занятий), предусматривающих участие обучающихся в выполнении отдельных элементов работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Практическая подготовка включает в себя отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, необходимой для последующего выполнения работ, связанной с будущей профессиональной деятельностью.

4.2. Структура дисциплины для обучающихся заочной формы обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Семестр	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)			Интеракт. формы обучения	СР О
			лекции	семин. (практ.) занятия	консультации		
1	2	3	4		7	8	
Раздел 1. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики							

1	Тема 1. Роль медиа в современной экономике	1	1/1*	1		Лекция беседа, 1	10
2	Тема 2. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг	1	1/1*	2		Лекция беседа, 1	20
Раздел 2. Конкуренция СМИ: ее виды							
3	Тема 3. Типы рыночных структур в медиа индустрии	1	1/1*	1/1*		Лекция беседа, 1 Обсуждение сообщений, 1	10
Раздел 3. Государственная политика в области медиа.							
4	Тема 4. Необходимость регулирования медиа со стороны государства	1	1/1*	2		Лекция беседа, 1	22
	Итого	72	4	6			62
	зачет						

/*помечаются часы на интерактивные формы обучения

4.3 Содержание дисциплины

№ п/п	Содержание дисциплины (Разделы. Темы)	Результаты обучения	Виды оценочных средств; формы текущего контроля, промежуточной аттестации.
Раздел 1. Специфика медиа как товара и медиа индустрии в целом, основные понятия медиа экономики			
1	Тема 1. Роль медиа в современной экономике <i>Основное содержание темы:</i> Концепция медиа индустрии как индустрии услуг: плюсы и минусы. Трансформация экономической системы во второй половине XX в. и рост роли медиа. Доля медиа рынка в экономике развитых стран и России. Рынок СМИ как рынок периодических средств информации. Узость понятия «рынок СМИ». Медиа-рынок и его компоненты: СМИ, рекламные агентства и их подвиды (медиабайеры, медиаселлеры), коммуникационные агентства, книжный рынок, рынок аудиовизуальной продукции, рынок мобильного и интернет-контента.	Формируемые компетенции: УК-3, ОПК-5 В результате изучения темы студент должен: Знать: - особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: - организовать	Проверка результатов практических заданий; тестовый контроль

	Политэкономическое понятие индустрии. Индустрия как массово-организованное производство продукта в результате воздействия концентрированной рабочей силы и технических средств. Экономические факторы развития медиа индустрии: развитие мануфактурного и капиталистического производства. Политические факторы развития медиа индустрии: свобода обмена информацией как рынок. Социальные факторы развития медиа индустрии: появление читательской аудитории. Технологические факторы развития медиа индустрии: появление современных средств связи, распространения, печати и оформления СМИ. Гибридность медиа продукта. Разделение в экономике медиа понятия «контент» и понятия «носитель». Продукты общественные и продукты частные. Информация как коллективный и общественный товар. Носитель информации как частный товар. Реклама как товар не подлежащий классификации. Концепция «общественного» и «частного» в экономике медиа продуктов. Концепция сдвоенного рынка СМИ	собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; - осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакommunikационной системы; Владеть: - навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и Полемики; - правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакommunikационных систем региона.	
2.	Тема 2. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг <i>Основное содержание темы:</i> Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ.		

	Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции. Концепция случайной цены медиа. Доходы и расходы медиа. Издержки в медиа индустрии: постоянные и переменные издержки различных видов медиа. Издержки и объемы производства в медиа индустрии. Функция издателя в медиа индустрии.		
--	--	--	--

Раздел 2. Конкуренция СМИ: ее виды

3.	Тема 3. Типы рыночных структур в медиа индустрии. <i>Основное содержание темы:</i> Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Концепция «экономики внимания». Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран. Уровни конкуренции и концепции «зонтичной конкуренции». Стратегии в рамках тройственной схемы издатель-читатель-рекламодатель. Соотношение цены и тиража/распространяемости продукта, эластичность по цене. Соотношение спроса и предложения на медиа рынке. Соотношение тиража/распространяемости и объема рекламы. Стратегии в рамках развития рекламного рынка. Основные стратегии в условиях кризиса и мутаций рынков. Стратегии в условиях кризиса рекламного рынка. Стратегии в условиях кризиса рынка печатных СМИ. Стратегии в условиях кризиса аудитории эфирного ТВ. Концентрация в медиа.	Формируемые компетенции: УК-3, ОПК-5 В результате изучения темы студент должен: Знать: - особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: - организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; - осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной	Проверка результатов практических заданий, тестовый контроль
----	--	---	---

	Ведущие мировые медиа концерны. Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная. Кластеризация медиа и ее причины. Инфраструктура медиа. Сети передачи данных для медиа, способы цифровой дистрибуции медиа продуктов.	системы; Владеть: - навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и Полемики; - правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакommunikационных систем региона.	
--	--	---	--

Раздел 3. Государственная политика в области медиа

4	Тема 4. Необходимость регулирования медиа со стороны государства: <i>Основное содержание темы:</i> Концепция вмешательства и невмешательства государства в медиабизнес. Противоречие между общественной функцией медиа и их коммерческой ролью. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. Отрицательные стороны государственной поддержки: сохранение экономически слабых компаний	Формируемые компетенции: УК-3, ОПК-5 В результате изучения темы студент должен: Знать: - особенности, правила и приемы социального взаимодействия в команде; - особенности поведения выделенных групп людей, с которыми осуществляет взаимодействие, учитывать их в своей деятельности; - основные теории мотивации, лидерства; - стили лидерства и возможности их применения в различных ситуациях; - совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакommunikационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях; Уметь: - организовать собственное социальное взаимодействие в команде; - определять свою роль в команде; - принимать рациональные решения и обосновывать их; - планировать последовательность шагов для достижения заданного результата; - осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной	тестовый контроль
---	--	---	-------------------

		медиакоммуникационной системы; Владеть: - навыками организации работы в команде для достижения общих целей; - навыками аргументированного изложения собственной точки зрения, ведения дискуссии и Полемики; - правовыми и этическими нормами регулирования профессиональной деятельности в области медиакоммуникационных систем региона.	
5.			зачет

5 Образовательные и информационно-коммуникационные технологии

5.1. Образовательные технологии

В соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки и реализации компетентностного подхода предусматривается широкое использование в учебном процессе образовательных технологий (активных и интерактивных форм проведения занятий в сочетании с внеаудиторной работой, это и лекционные занятия с использованием электронных презентаций; семинарские занятия в форме докладов с комментариями; дискуссия с целью формирования и развития профессиональных навыков обучающихся.

В рамках учебного курса предусмотрены встречи с представителями российских компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Для диагностики компетенций применяются следующие формы контроля: устный опрос, тестовый контроль, включая компьютерное тестирование, отчёт о выполнении практических заданий, защита выполненных индивидуальных заданий, подготовка конспектов, подготовка и участие в дискуссии.

5.2. Информационно-коммуникационные технологии

Современный учебный процесс в высшей школе требует существенного расширения арсенала средств обучения, широкого использования средств информационно-коммуникационных технологий, электронных образовательных ресурсов, интегрированных в электронную образовательную среду. В ходе изучения студентами учебной дисциплины применение электронных образовательных технологий предполагает размещение различных электронно-образовательных ресурсов на сайте электронной образовательной среды КемГИК по web-адресу <http://edu.kemguki.ru>, отслеживание обращений студентов к ним, а также использование интерактивных инструментов: задание, тест.

Электронно-образовательные ресурсы учебной дисциплины включают так называемые статичные электронно-образовательные ресурсы: файлы с текстами лекций, различного рода изображениями (иллюстрации, схемы, диаграммы), ссылки на учебно-методические ресурсы Интернет и др. Ознакомление с данными ресурсами доступно каждому студенту посредством логина и пароля. Студенту могут работать со статичными ресурсами, читая их с экрана или сохраняя на свой локальный компьютер для дальнейшего ознакомления. В процессе изучения учебной дисциплины для студента важно освоить

данные ресурсы в установленные преподавателем сроки.

При освоении указанной дисциплины наряду со статичными электронно-образовательными ресурсами применяются интерактивные элементы: задания, тесты, семинары и др. Использование указанных интерактивных элементов направлено на действенную организацию самостоятельной работы студентов. Работа с указанными выше элементами дисциплины требует активной деятельности студентов, регламентированной как необходимостью записи на курс, так и сроками, требованиями к представлению конечного продукта и др.

Интерактивный элемент «Задание» позволяет преподавателю наладить обратную связь со студентом посредством получения от них выполненных заданий в электронном варианте. С помощью элемента «Задание» студентам доступно представление на рассмотрение преподавателю своих работ в различной форме: тексты, таблицы, презентации. После проверки выполненного задания преподавателем выставляется отметка, видимая студенту в элементе «Оценки»; результат проверки работы может быть представлен и в виде рецензии или комментариев преподавателя.

Организации самоконтроля и текущего контроля знаний по дисциплине значительно способствует применение интерактивного элемента «Тест», который предоставляет возможность использования разнообразных типов заданий (выбрать один или несколько ответов из предложенных / установить соответствие / вписать свой ответ / дать развернутый ответ). При освоении студентами дисциплины именно тесты используются как одно из основных средств объективной оценки знаний

6 Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебно-теоретические ресурсы

Лекционный материал по темам курса

Учебно-практические ресурсы

Практические задания

Учебно-методические ресурсы

Методические указания для обучающихся по выполнению самостоятельной работы

Учебно-библиографические ресурсы

- Список рекомендуемой литературы

Фонд оценочных средств

- Вопросы для устного опроса (по разделам дисциплины) и критерии оценивания ответов
- Критерии оценивания практических работ
- Вопросы к зачету
- Тест по дисциплине

7 Фонд оценочных средств

Включает оценочные средства для текущего контроля успеваемости и для промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины. Структура и содержание фонда оценочных средств представлены в электронной информационно-образовательной среде <https://edu2020.kemgik.ru/course/view.php?id=4407>

8 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

8.1. Основная литература:

1. Бакулев, Г. П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие. 3-е изд., перераб. и доп. / Г. П. Бакулев. М. : Аспект Пресс, 2016. 192 с.

2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012–2016 / А. Амзин, [и др.]; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. Екатеринбург : Гуманит. ун-т, 2016. 304 с.
3. Кирия, И. В. История и теория медиа: учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Высш. шк. экономики, 2017. 570 с.
4. Медиасистема России : учеб. пособие / Е. Л. Вартанова [и др.]. Москва, 2015. 384 с.
5. Основы медиабизнеса : учеб. пособие / под ред. Е. Л. Вартановой. М. : Аспект-пресс, 2014. 360 с.

8.2. Дополнительная литература:

1. Вартанова Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М.: Аспект Пресс, 2003.
2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ. 3-е изд., испр. и доп. : учеб. пособие / В. Л. Иваницкий. М.: Юрайт, 2019. 239 с
3. Кирия И. В. Зарубежный медиамаркетинг. М.: ВК, 2006
4. Кирия И. В. От «культурной индустрии» к «индустриям содержания»: 70 лет теоретических поисков// Меди@льманах, № 1, 2004.

8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Министерство культуры Российской Федерации. [Электронный ресурс].
<https://www.mkrf.ru/>

8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы

Вуз располагает необходимыми программным обеспечением:

Программное обеспечение:

- *лицензионное программное обеспечение:*
 - Операционная система – MS Windows (10, 8,7, XP)
 - Офисный пакет – Microsoft Office (MS Word, MS Excel, MS Power Point, MS Access)
 - Антивирус - Kaspersky Endpoint Security для Windows
 - Графические редакторы - Adobe CS6 Master Collection, CorelDRAW Graphics Suite X6
 - Видео редактор - Adobe CS6 Master Collection
 - Информационная система 1С:Предприятие 8
 - Музыкальный редактор – Sibelius
 - АБИС – Руслан, Ирбис
- *свободно распространяемое программное обеспечение:*
 - Офисный пакет – LibreOffice
 - Графические редакторы - 3DS Max Autodesk (для образовательных учреждений)
 - Браузеры Mozilla Firefox, Internet Explorer, Google Chrome
 - Программа-архиватор - 7-Zip
 - Звуковой редактор – Audacity, Cubase 5
 - Среда программирования – Lazarus, Microsoft Visual Studio
 - АИБС - MAPK-SQL (демо)
 - Редактор электронных курсов - Learning Content Development System
 - Служебные программы - Adobe Reader, Adobe Flash Player
- Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:
 - Консультант Плюс

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наличие учебной лаборатории, оснащенной проекционной и компьютерной

техникой, интегрированной в Интернет.

10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Для обеспечения образования инвалидов и обучающихся с ограниченными возможностями здоровья разрабатывается:

- адаптированная образовательная программа,
- индивидуальный учебный план с учетом особенностей их психофизического развития и состояния здоровья, в частности применяется индивидуальный подход к освоению дисциплины, индивидуальные задания.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья – устанавливаются адаптированные формы проведения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей:

- для лиц с нарушением зрения задания предлагаются с укрупненным шрифтом,
- для лиц с нарушением слуха – оценочные средства предоставляются в письменной форме с возможностью замены устного ответа на письменный ответ,
- для лиц с нарушением опорно-двигательного аппарата – двигательные формы оценочных средств заменяются на письменные или устные (с исключением двигательной активности).
- при необходимости студенту-инвалиду предоставляется дополнительное время для выполнения задания.

При выполнении заданий для всех групп лиц с ограниченными возможностями здоровья:

- допускается присутствие индивидуального помощника-сопровождающего для оказания технической помощи в оформлении результатов проверки сформированности компетенций.

11. Перечень ключевых слов

- Бизнес
- Делегирование полномочий
- Информационные услуги
- Конкурентные стратегии
- Контентопроизводитель
- Корпорация
- Лицензирование
- Маркетинг
- Медиакультура
- Медиапланирование
- Медиарынок
- Менеджмент
- Миссия организации
- Организация
- Позиционирование
- Рынок
- Сбыт
- Синдицированная программа
- Спонсорская программа
- Товар
- Эффективность организации

Содержание

1. Цели освоения дисциплины	3
3. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).....	3
4. Объем, структура и содержание дисциплины (модуля)	4
4.1. Объем дисциплины (модуля)	4
4.2. Структура дисциплины для обучающихся заочной формы обучения	4
4.3. Содержание дисциплины.....	5
5. Образовательные и информационно-коммуникационные технологии.....	9
5.1. Образовательные технологии.....	9
5.2. Информационно-коммуникационные технологии.....	9
6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся	10
7. Фонд оценочных средств.....	10
8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины	10
8.1. Основная литература:	10
8.2. Дополнительная литература:.....	11
8.3. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	11
8.4. Программное обеспечение и информационные справочные системы.....	11
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины	11
10. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья	12
11. Перечень ключевых слов.....	12