

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Саратовский государственный технический университет
имени Гагарина Ю.А.»
Кафедра «Медиакоммуникации»

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
по дисциплине

Б.1.1.5 «Менеджмент в сфере СМИ»

направления подготовки
42.03.04 "Телевидение"

Профиль «Техника и технология телевизионного производства»
квалификация (степень) – бакалавр

форма обучения – очная
курс – 1
семестр – 2
зачетных единиц – 4
часов в неделю – 4
академических часов – 144,
в том числе:
лекции – 18
коллоквиумы – нет
практические занятия – 54
лабораторные занятия – нет
самостоятельная работа – 72
зачет – нет
экзамен – 2 семестр
РГР – нет
курсовая работа – нет
курсовой проект – нет

1. Цели и задачи дисциплины

Учебный курс предназначен для студентов, обучающихся по специальности «Телевидение». Учебный материал в доступной форме излагает принципы и основные положения менеджмента в сфере средств массовой информации, опыт российского и зарубежного менеджмента, регулирующего деятельность СМИ, с учетом положений образовательной программы. Цель данного курса – изучение студентами важнейших принципов и основ различных аспектов управления СМИ, а также специфики будущей профессиональной деятельности в сфере телевидения.

В курсе представлен учебный, нормативный и методический материал, необходимый для изучения дисциплины «Менеджмент в сфере СМИ». Содержание учебной дисциплины соответствует программе курса «Менеджмент в сфере СМИ» и государственному образовательному стандарту для направления 42.03.04 «Телевидение».

Цели дисциплины: содействие становлению специальной профессиональной компетентности специалиста в сфере телевидения посредством изучения основ менеджмента деятельности СМИ, принципов и закономерностей, регулирующих деятельность СМИ в России и за рубежом.

Задачами дисциплины является:

- Подготовка студентов к принятию управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами и т.д.

- Получение знаний в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ.

- Освоение инструментов стратегической организационной диагностики и использования их при управлении портфелем медиахолдинга

- Изучение методов и особенностей управления правами на контент в различных средах

- Освоение основных методов бюджетирования и финансового анализа, используемых в медиакомпаниях

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Менеджмент в сфере СМИ» относится к базовой части направления подготовки «Телевидение».

Данная дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими дисциплинами направления подготовки, такими как «История», «Введение в теорию телевидения», «Основы творческой деятельности» и др.

В свою очередь освоение дисциплины «Менеджмент в сфере СМИ» необходимо для изучения следующих дисциплин «Экономика СМИ», «Маркетинг СМИ», «Организация работы телевизионной студии» и др.

В результате освоения дисциплины «Менеджмент в сфере СМИ» бакалавр должен выработать умения и навыки, связанные с самостоятельной управленческой работе в сфере СМИ.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

ОК-3 способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности.

ПК-14 способностью применять базовые методы и приемы современного менеджмента, основные навыки финансово-проектного и административного обеспечения телевизионного процесса.

В результате изучения дисциплины студент должен:

уметь:

1. ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.);
2. оценивать коммерческую перспективность того или иного формата в зависимости от аудитории и рыночной конъюнктуры;
3. учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности;
4. выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей;
5. применять современные методы управления работой редакции как предприятия, в том числе управления персоналом, маркетингом, финансами.

знать:

1. суть экономических процессов и экономических отношений;
2. иметь представление об экономических регуляторах и факторах деятельности предприятий с различными формами собственности
3. новейшее законодательство, регламентирующее информационное предпринимательство (в том числе смежные сферы деятельности - рекламу, связи с общественностью);
4. цели и задачи менеджмента СМИ;
5. типы организации СМИ;
6. формы мотивации персонала и их специфику в СМИ;
7. формы организационных структур применительно к СМИ;
8. преимущества и недостатки различных форматов СМИ с точки зрения их коммерческой привлекательности

владеть:

1. содержанием основных категорий данной дисциплины;
2. основами менеджмента СМИ;
3. продвижения медиапродукта на информационный рынок;

4. навыками разработки авторских медиапроектов, бизнес-плана редакции СМИ.

В системе дисциплин профессиональной подготовки курс «Менеджмент в сфере СМИ» формирует комплекс профессиональных знаний и навыков, определяющих уровень современной подготовки журналиста и менеджера PR, чья деятельность будет протекать в условиях рыночной экономики.