

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

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ
по дисциплине

Б.1.2.10 «Экономика СМИ»

направления подготовки
42.03.04 "Телевидение"

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

форма обучения – очная
курс – 3
семестр – 5
зачетных единиц – 5
часов в неделю – 4
академических часов – 180,
в том числе:
лекции – 18
коллоквиумы – нет
практические занятия – 54
лабораторные занятия – нет
самостоятельная работа – 108
зачет – нет
экзамен – 5 семестр
РГР – нет
курсовая работа – нет
курсовой проект – нет

1. Цели и задачи дисциплины

Учебный курс предназначен для студентов, обучающихся по специальности «Телевидение».

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

Цель дисциплины – осветить экономические отношения, возникающие в сфере средств массовой информации, методы планирования и организации деятельности СМИ для более эффективного экономического и организационного взаимодействия с масс-медиа.

В задачи дисциплины входит:

- научить студентов применять теоретические основы базовых экономических знаний к различным видам СМИ;
- ознакомить студентов с историей становления и развития в России медиарынка;
- научить структурировать накопленный в России и за рубежом опыт работы в сфере экономики и менеджмента СМИ;
- дать представление об информации как товаре, о прибыльности разных видов СМИ;
- дать понятие о правовых и экономических формах организации СМИ, государственном регулировании медиапроизводства;
- подготовить студентов к пониманию места и роли средств массовой информации в деятельности специалиста по связям с общественностью;
- дать необходимые знания и практические навыки для квалифицированной работы в любой конкурентной среде.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Экономика СМИ» относится к вариативной части профессионального цикла дисциплин. При ее освоении используются знания следующих дисциплин: «Теория и практика массовой информации», «Теория и практика рекламы», «История отечественной журналистики», «Основы менеджмента», «Основы маркетинга». Знания, полученные при изучении дисциплины «Экономика СМИ» используются в дальнейшем при изучении специальных дисциплин в вариативной части.

В результате освоения дисциплины «Экономика СМИ» бакалавр должен выработать умения и навыки, связанные с самостоятельной экономической деятельностью.

3. Требования к результатам освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование следующих компетенций:

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

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать

- историю и современное состояние экономики и менеджмента СМИ России;
- законы и иные правовые акты, регулирующие деятельность;
- основы управления медиапроизводством;
- основы маркетинга и финансовой деятельности СМИ;
- основы рекламного бизнеса в масс-медиа;
- специфику аудитории печатных и электронных средств массовой информации;
- механизмы взаимодействия коммерческих структур и СМИ;
- моральные нормы и правила профессионального поведения.

уметь

- устанавливать и постоянно поддерживать необходимые связи со средствами массовой информации;
- определять аудитории популярных изданий;
- анализировать рейтинги различных видов СМИ;
- составлять бизнес-план редакции;
- устанавливать связи с людьми и организациями, располагающими важными сведениями, источниками информации;
- анализировать и управлять конфликтными ситуациями в коллективе.

владеть

- приёмами и экономическими механизмами управления медиа-предприятием;
- методиками оценки эффективности систем управления организацией;
- навыками разработки высокотехнологичных и ресурсосберегающих проектов в области масс-медиа;
- информационными технологиями и средствами, обеспечивающими эффективную работу подразделения по рекламе и связям с общественностью;
- знанием правовых и этических аспектов работы современных масс-медиа.

Значение изучения курса «Экономика СМИ» заключается главным образом в воспитании у будущих специалистов в сфере СМИ надежных, основанных на знании экономической стороны вопроса навыков, овладении инструментарием для взаимодействия со средствами массовой информации.