

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 21.04.2026 17:34:19

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fad578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ



УТВЕРЖДАЮ

Ректор

 С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.13 ЭКОНОМИКА МЕДИА И РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Для направления подготовки:

38.03.01 Экономика

(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

Организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Экономика в креативных индустриях»

Формы обучения:

очная

Москва – 2026

Разработчик(и): Прокина Марина Владимировна, старший преподаватель кафедры менеджмента и маркетинга АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

«22» февраля 2026 г.



(подпись)

/М.В. Прокина /

Рабочая программа разработана в соответствии с требованиями ФГОС ВО 38.03.01 Экономика (уровень бакалавриата), утв. Приказом Министерства образования и науки РФ № 954 от 12.08.2020 г.

СОГЛАСОВАНО:

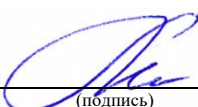
Декан ФУБ



(подпись)

/Н.Е. Козырева /

Заведующий кафедрой
разработчика РПД



(подпись)

/ Е.С. Мальцева /

Протокол заседания кафедры № 06 от «22» февраля 2026 г.

1. ЦЕЛЬ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель: формирование теоретических знаний, принципов и практических навыков ведения экономической деятельности и управления экономическими процессами на предприятиях медиасферы, включая оценку, анализ, планирование и организацию в системе отраслевых рынков.

Задачи:

1. Дать понимание базовых отраслевых условий, структуры отраслей и отраслевых рынков медиасферы.

2. Ознакомить с особенностями экономики предприятий телеиндустрии в системе медиа-рынков.

3. Изучить принципы, методы и формы осуществления экономической деятельности, организации бизнес-процессов, стратегии экономического поведения и развития предприятий телевизионной и других отраслей медиасферы.

4. Дать понимание принципов и механизмов функционирования, проблем и стратегий экономического развития телевидения, их предприятий.

5. Освоить методы оценки экономических издержек, финансовых результатов, коммерческой эффективности кино- и телепроектов, экономической эффективности предприятий медиасферы.

6. Научить навыкам принятия оптимальных экономических решений по отраслевым проблемам, проблемам предприятий медиасферы, а также навыкам реализации проектов в конкретных экономических ситуациях

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Место дисциплины в учебном плане:

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули).

Часть: Часть, формируемая участниками образовательных отношений.

Осваивается: 5 семестр.

3. КОМПЕТЕНЦИИ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2. Способен анализировать рынки, экономические процессы и поведение потребителей в креативной и цифровой экономике

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ ОБУЧАЮЩИМСЯ

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2. Способен анализировать рынки, экономические процессы и поведение потребителей в креативной	ПК-2.1 Анализирует структуру и динамику рынков креативных индустрий	Знает: структуру и закономерности динамики рынков креативных индустрий, а также методы их системного анализа и оценки текущих трендов. Умеет: анализировать рыночную структуру и отслеживать показатели динамики в различных сегментах креативных индустрий для выявления

цифровой экономике	рыночных возможностей. Владеет: аналитическим инструментарием для исследования структуры и динамических изменений на рынках креативных индустрий в целях стратегического планирования.
--------------------	--

5. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ И РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ВИДОВ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ ПО СЕМЕСТРАМ

Общая трудоемкость дисциплины «Экономика медиа и рекламного рынка» для студентов всех форм обучения, реализуемых в АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна» по направлению подготовки 38.03.01 Экономика составляет: 4 зачетных единиц (144 часа).

Вид учебной работы	Всего число часов и (или) зачетных единиц
	Очная
Аудиторные занятия	36
<i>в том числе:</i>	
Лекции	18
Практические занятия	18
Лабораторные работы	-
Самостоятельная работа	72
<i>в том числе:</i>	
часы на выполнение КР / КП	
Промежуточная аттестация:	
Вид	Экзамен – 5 семестр
Трудоемкость (час.)	36
Общая трудоемкость з.е. / часов	4 з.е. / 144 час.

6. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)			
№	Наименование	Очная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
1	Медиаиндустрия: основные понятия и категории	3	3	-	12
2	Модели медиаэкономики	3	3	-	12
3	Экономические особенности СМИ	3	3	-	12
4	Моделирование современных медиаорганизаций	3	3	-	12

Темы дисциплины		Количество часов (по формам обучения)			
№	Наименование	Очная			
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Самост. работа (в т.ч. КР / КП)
5	Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии	3	3	-	12
6	Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг медиасферы	3	3	-	12
Итого (часов)		18	18	-	72
Форма контроля:		экзамен			36
Всего по дисциплине:		144 / 4 з.е.			

СОДЕРЖАНИЕ ТЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Тема 1. Медиаиндустрия: основные понятия и категории

Понятие медиаиндустрии. Информация как основа медиаиндустрии. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. Институциональная основа индустрии СМИ. Структура рынка информационной продукции и услуг. Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты. Инвестиционные возможности на информационном рынке. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ. Рынок покупателей информации.

Тема 2. Модели медиаэкономики.

СМИ и медиапредприятие Типы рыночных структур в медиаиндустрии. Издержки в медиаиндустрии. Современные стратегии предприятий СМИ. Спрос и предложение в медиаэкономике. Экономическая медиаполитика зарубежных государств.

Тема 3. Экономические особенности СМИ

Основные этапы развития газетной индустрии. Экономические особенности газетной индустрии. Типы рыночных структур на газетном рынке. Ценовая конкуренция на газетном рынке. Современные тенденции развития газетного рынка. Основные модели телевизионной индустрии. Изучение телевизионной аудитории. Источники доходов в телевизионной индустрии. Экономические и организационные особенности телесетей. Эволюция рыночной стратегии радиовещания. основные форматы современных коммерческих радиостанций. Измерение радиоаудитории.

Тема 4. Моделирование современных медиаорганизаций

Типы структур организации. Особенности дивизиональной структуры, ее преимущества перед остальными в условиях рынка. Структура предприятия, издающего СМИ как монопродукт. Структура предприятия, издающего СМИ в ряду других видов деятельности. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административная, правовая, техническая, творческая и менеджерская. Внутренние нормативные документы, определяющие структуру предприятия и правила взаимодействия между ее составляющими и сотрудниками.

Тема 5. Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии

Экономические особенности и способы повышения эффективности предприятий СМИ: эффект масштаба производства; расширение аудитории и снижение стоимости доставки контента; повышение качества и инновационности продуктов; высокая затратность и технологическая зависимость производства; снижение стоимости производства ТВ программ (производство сериалов и дешевых программ, использование недорогого оборудования; вторичное использование программ; рециклинг информационных сюжетов). Источники доходов в СМИ.

Тема 6. Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг медиасферы

Государственная поддержка отраслей медиасферы: Органы государственной исполнительной власти, регулирующие рынок СМИ. Государственная собственность (государственные организации) на рынке СМИ. Система государственной политики и финансовой поддержки, анализ институциональных и политических факторов.

7. ПРИМЕРНАЯ ТЕМАТИКА КУРСОВЫХ РАБОТ

Курсовая работа не предусмотрена.

8. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ: Приложение 1.

9. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ:

9.1. Рекомендуемая литература:

1. Витебская, Е. С. Экономика организации : учебное пособие / Е. С. Витебская. – Минск : РИПО, 2023. – 297 с. : табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=712262>
2. Терёшина, Н. В. Эффективность рекламной и PR деятельности : учебное пособие для студентов бакалавриата и магистратуры по направлениям «Реклама и связи с общественностью», «Менеджмент», «Торговое дело», «Экономика» : [16+] / Н. В. Терёшина ; Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), Институт экономики и финансов, Кафедра «Экономика и управление на транспорте». – Москва : Российский университет транспорта (РУТ (МИИТ)), 2021. – 63 с. : ил., таб. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=703486>
3. Медиа : введение : учебник / П. Барвайз, Н. Блейн, О. Бойт-Барретт [и др.] ; ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. – 2-е изд. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 552 с. : ил., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684921>

9.2. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения.

При осуществлении образовательного процесса по данной учебной дисциплине предполагается использование:

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

1. Windows 10 Pro Professional (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);

2. Microsoft Office Professional Plus 2019 (Договор: Tr000391618, Лицензия: V8732726);
3. Браузер Google Chrome;
4. Браузер Yandex;
5. Adobe Reader - программа для просмотра, печати и комментирования документов в формате PDF

9.3. Перечень современных профессиональных баз данных, информационных справочных систем и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. <https://biblioclub.ru/> - университетская библиотечная система online Библиоклуб.ру
2. <http://window.edu.ru/> - единое окно доступа к образовательным ресурсам
3. <https://uisrussia.msu.ru/> - базы данных и аналитических публикаций университетской информационной системы Россия
4. <https://www.elibrary.ru/> - электронно-библиотечная система eLIBRARY.RU, крупнейшая в России электронная библиотека научных публикаций
5. <http://www.consultant.ru/> - справочная правовая система КонсультантПлюс
6. <https://gufo.me/> - справочная база энциклопедий и словарей Gufo.me
7. <https://slovaronline.com> - поисковая система по всем доступным словарям и энциклопедиям
8. <https://www.tandfonline.com/> - коллекция журналов Taylor&Francis Group включает в себя около двух тысяч журналов и более 4,5 млн. статей по различным областям знаний
9. <http://russianbranding.ru/> - АБКР (RBCA) - общественная организация, представляющая интересы брендинговых агентств России
10. <http://worldsellers.ru> – это одна из самых крупных интернет-площадок для продавцов, руководителей и предпринимателей
11. <https://psyera.ru/articles/psihologiya-upravleniya> - база данных по психологии управления, маркетингу и другим гуманитарно-правовым наукам
12. <https://psyera.ru/articles/iskusstvo-obshcheniya> - статьи по искусству делового общения
13. <http://www.md-management.ru/management/hr.html> - «MD-Менеджмент»: информационный бизнес-портал
14. <http://www.4p.ru/main/cnews/> - Интернет-журнал «Маркетинг 4p.ru»
15. <https://www.ipra.org/> - сайт Международной ассоциации по связям с общественностью (IPRA)

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Кабинет № 424- учебное помещение № I-58 для проведения учебных занятий.

Учебное помещение оборудовано набором демонстрационного оборудования и набором учебно-наглядных пособий в цифровом виде, обеспечивающих тематические иллюстрации, соответствующие рабочей программе дисциплины.

Учебное помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;

2. проекционный экран;
 3. доска маркерная учебная;
 4. столы - 15 шт.;
 5. стулья – 71 шт.;
 6. акустическая система;
 7. блок управления проекционным оборудованием;
 8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
- Компьютер подключен к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

Кабинет № 402- помещение № I-11, для самостоятельной работы.

Помещение оснащено оборудованием и техническими средствами обучения:

1. стационарный широкоформатный мультимедиа-проектор Epson EB-X41;
2. проекционный экран;
3. доска маркерная учебная;
4. столы – 14 шт.;
5. стулья – 28 шт.;
6. акустическая система;
7. блок управления проекционным оборудованием;
8. персональный компьютер преподавателя (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i5-2100) - 1 шт.
9. персональные компьютеры - 26 шт.

Все компьютеры подключены к сети «Интернет», с обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна».

11. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Продуктивность усвоения учебного материала во многом определяется интенсивностью и качеством самостоятельной работы студента. Самостоятельная работа предполагает формирование культуры умственного труда, самостоятельности и инициативы в поиске и приобретении знаний; закрепление знаний и навыков, полученных на всех видах учебных занятий; подготовку к предстоящим занятиям, экзаменам; выполнение контрольных работ.

Самостоятельный труд развивает такие качества, как организованность, дисциплинированность, волю, упорство в достижении поставленной цели, вырабатывает умение анализировать факты и явления, учит самостоятельному мышлению, что приводит к развитию и созданию собственного мнения, своих взглядов. Умение работать самостоятельно необходимо не только для успешного усвоения содержания учебной программы, но и для дальнейшей творческой деятельности.

Основу самостоятельной работы студента составляет работа с учебной и научной литературой. Из опыта работы с книгой (текстом) следует определенная последовательность действий, которой целесообразно придерживаться. Сначала прочитать весь текст в быстром темпе. Цель такого чтения заключается в том, чтобы создать общее представление об изучаемом (не запоминать, а понять общий смысл прочитанного). Затем прочитать вторично, более медленно, чтобы в ходе чтения понять и запомнить смысл каждой фразы, каждого положения и вопроса в целом.

Чтение приносит пользу и становится продуктивным, когда сопровождается записями. Это может быть составление плана прочитанного текста, тезисы или выписки,

конспектирование и др. Выбор вида записи зависит от характера изучаемого материала и целей работы с ним. Если содержание материала несложное, легко усваиваемое, можно ограничиться составлением плана. Если материал содержит новую и трудно усваиваемую информацию, целесообразно его законспектировать.

Результаты конспектирования могут быть представлены в различных формах:

- **План** – это схема прочитанного материала, краткий (или подробный) перечень вопросов, отражающих структуру и последовательность материала. Подробно составленный план вполне заменяет конспект.

- **Конспект** – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов.

- **План-конспект** – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.

- **Текстуальный конспект** – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.

- **Свободный конспект** – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.

- **Тематический конспект** – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).

В процессе изучения материала источника, составления конспекта нужно обязательно применять различные выделения, подзаголовки, создавая блочную структуру конспекта. Это делает конспект легко воспринимаемым, удобным для работы.

Подготовка к практическому занятию включает 2 этапа:

Первый этап – организационный;

Второй этап - закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;

- подбор рекомендованной литературы;

- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу). Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

*Методические рекомендации для обучающихся с ОВЗ и инвалидов
по освоению дисциплины*

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА»

Факультет управления бизнесом

Фонд оценочных средств

Текущего контроля и промежуточной аттестации
по дисциплине (модулю)

Б1.В.13 ЭКОНОМИКА МЕДИА И РЕКЛАМНОГО РЫНКА

Для направления подготовки:

38.03.01 Экономика
(уровень бакалавриата)

Типы задач профессиональной деятельности:

Организационно-управленческий

Направленность (профиль):

«Экономика в креативных индустриях»

Формы обучения:

очная

Москва – 2026

Результаты обучения по дисциплине

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения
ПК-2. Способен анализировать рынки, экономические процессы и поведение потребителей в креативной цифровой экономике	ПК-2.1 Анализирует структуру и динамику рынков креативных индустрий	<p>Знает: структуру и закономерности динамики рынков креативных индустрий, а также методы их системного анализа и оценки текущих трендов.</p> <p>Умеет: анализировать рыночную структуру и отслеживать показатели динамики в различных сегментах креативных индустрий для выявления рыночных возможностей.</p> <p>Владеет: аналитическим инструментарием для исследования структуры и динамических изменений на рынках креативных индустрий в целях стратегического планирования.</p>

Показатели оценивания результатов обучения

Результат обучения	Критерии оценивания результатов обучения (показатели успешности по уровням освоения)			
	Компетенция не сформирована	Базовый уровень сформированности компетенции	Средний уровень сформированности компетенции	Повышенный уровень сформированности компетенции
ЗНАНИЯ	Отсутствие знаний	Общие, но не структурированные знания	Сформированные, но содержащие отдельные пробелы	Сформированные структурированные знания
УМЕНИЯ	Отсутствие умений	Частично освоенное умение	В основном освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение	Полностью освоенное, применяемое в стандартных ситуациях умение
НАВЫКИ	Отсутствие навыков	Частично владеет навыками	В целом владеет навыком	Свободно владеет навыком

Оценочные средства

Задания для текущего контроля

Тема 1. Медиаиндустрия: основные понятия и категории

1.Определение и основные понятия отрасли и отраслевого рынка.

2. Совокупность специализированных предприятий (организаций) кинематографии

и телеиндустрии, других отраслей медиасферы, в пакете услуг (бокс-офис) в системе медиаиндустрии и медиарынка

3. Структура отрасли: Строение бизнес-процессов и экономическая характеристика телеиндустрии (телепроизводства, дистрибьюции/проката, телевещания), других отраслей медиасферы.

4. Структура рынков производства (объектов/субъектов отрасли, других агентов рынка, телевизионных, других аудиовизуальных продуктов и услуг). Структура рынка спроса: аудитории и рекламодателей; структура товаров и услуг на рынке телевидения, на других рынках медиасферы.

5. Место медиасферы в структуре национальной экономики.

Тема 2. Модели медиаэкономики. СМИ и медиапредприятие

1. Институциональные условия: Российское законодательство в медиасфере. Налоги и виды государственной поддержки.

2. Условия на рынке предложения (производства).

3. Условия на рынке спроса (потребления).

4. Социологические характеристики телевизионной аудитории, показатели телепотребления, цикличность и сезонность потребления.

Тема 3. Экономические особенности СМИ

1. Экономика телеиндустрии и телевизионного рынка

2. Анализ состояния и развития рынка телевещания.

3. Особенности экономики компаний эфирного ТВ

4. Особенности экономики тематических ТВ каналов

5. Особенности экономики новых платформ телевещания

Тема 4. Моделирование современных медиаорганизаций

1. Модели распространения бесплатного медиапродукта.

2. Модели распространения платного медиапродукта.

3. Модели продвижения медиапродукта.

4. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение.

Тема 5. Эффективность деятельности предприятий медиаиндустрии

1. Экономические особенности и способы повышения эффективности предприятий медиасферы.

2. Расширение аудитории и снижение стоимости доставки контента.

3. Повышение качества и инновационности телепродуктов;

4. Высокая затратность и технологическая зависимость телепроизводства.

5. Источники доходов в телеиндустрии

Тема 6. Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг медиасферы.

1. Государственная поддержка отраслей медиасферы.

2. Органы государственной исполнительной власти, регулирующие рынок телевидения.

3. Государственная собственность (государственные организации) на рынке телевидения.

4. Система государственной политики и финансовой поддержки.

5. Анализ институциональных и политических факторов.

Темы докладов:

1. Отраслевой потенциал (ресурсы и возможности) медиасферы.

2. Дифференциация АВП и услуг в медиасфере (по видам, форматам, типам, жанровым группам, тематическим формам).
3. Экономика использования прав (нематериальных активов) в медиасфере.
4. Характер конкуренции на рынке медиасферы (концентрация телепроизводства, и теледистрибуции и проката, телевещания, олигополистическая конкуренция, горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация, слияния и поглощения).
5. Структура финансовых результатов в медиасфере.
6. Цикличность и сезонность потребления телепродуктов (телевизионных прав), стратегии продвижения телепродуктов и услуг на рынок.
7. Анализ рынка телепроизводства в России.
8. Особенности функционирования медиасферы.
9. Экономические показатели деятельности предприятий медиасферы.
10. Финансовые модели кабельного вещания.
11. Финансовая модель федеральных каналов.
12. Смета затрат производства телепроекта.
13. Экономика рекламной деятельности в медиасфере.
14. Работы и затраты периодов телепроизводства.
15. Разработка постановочного телепроекта как его бизнес-планирование (состав работ, особенности их организации).
16. Трудовые и творческие кадры, оплата труда в телепроизводстве.
17. Особенности экономики медиасферы.
18. Финансово-экономические результаты и затраты, эффективность телепроекта
19. Особенности экономики медиасферы.
20. Новые платформы телевещания: особенности экономики телевидения и в системе интернет.
21. Сегментация телевизионного рынка (эфирное, кабельное, спутниковое, интернет ТВ и мобильное ТВ).
22. Финансовые модели телевидения (коммерческое, общественное и государственное ТВ).
23. Предложение и спрос на рынке ТВ продуктов и услуг (спрос на содержание, на услуги доступа к целевой аудитории), ценность телепродукта (для телеканала, аудитории и рекламодателя).
24. Медиапроцесс: исследование телеканала и аудитории; медиапланирование рекламной компании на телевидении
25. Ресурсы медиаиндустрии.
26. Общедоступные и платные ТВ каналы
27. Структура, факторы и показатели медиапланирования.
28. Общенациональные, сетевые, тематические ТВ каналы.
29. Проблемы и тенденции развития Интернет-вещания.
30. Общедоступные и платные ТВ каналы.

Тестовые задания

1. Медиа многочисленны и включают в себя:
 - А. средства массовой информации (газеты, журналы, книги, телевидение, кабельные сети, радио, кинематограф)
 - Б. отдельные носители информации и данных (письма, аудио- и видеозаписи на любых носителях, компакт-диски)
 - В. коммуникационные системы общества (телеграф, телефон, почта,

компьютерные сети)

2. Специфика медиаэкономики, отличающая ее от экономики других отраслей

А. по типу рынков, на которых конкурируют СМИ;

Б. по природе и степени конкуренции на этих рынках;

В. по уникальному уровню концентрации в данной отрасли;

Г. по монопольным характеристикам

3. Концепция, когда медиакомпании ориентируют свои рыночные стратегии на установление

жесткого контроля над ценами, сокращение расходов, кооперацию

производственных

процессов называется

А. Концепция «вертикальной производственной цепочки»

Б. Концепция монополистического рынка

В. Концепция "горизонтальной производственной цепочки"

4. Кинематография (киноиндустрия) – общественно значимая отрасль национальной экономики в структуре индустрии культуры и медиаиндустрии в части аудиовизуальных средств массовой коммуникации и информации (СМК и СМИ).

А. Верно

Б. Неверно

5. Медиа – средства осуществления коммуникации между различными группами, индивидуумами и (или) доставки любых содержательных продуктов аудитории.

А. Верно

Б. Неверно

Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену:

1. Определение и основные понятия отраслей и отраслевых рынков медиасферы как совокупности специализированных предприятий-производителей и потребителей аудиовизуальных продуктов и услуг.

2. Структура медиасферы: строение бизнес-процессов и их экономическая характеристика.

3. Структура рынков производства (объектов/субъектов отрасли, других агентов рынка, аудиовизуальных продуктов и услуг);

4. Структура рынка спроса: аудитории и рекламодателей; структура потребления товаров и услуг медиасферы.

5. Место и значение российского рынка телевидения на мировом рынке.

6. Экономические границы рынка кинематографии и телевидения, факторы их определяющие.

7. Состояние, ключевые проблемы и стратегия развития телевидения в России.

8. Институциональные условия: российское законодательство в медиасфере, налоги и виды государственной поддержки.

9. Отраслевые ресурсы (основные средства, нематериальные активы, оборотные средства, инвестиции, трудовые и творческие кадры) участников телепроизводства.

10. Отраслевой потенциал (ресурсы и возможности) медиасферы.

11. Дифференциация АВП и услуг в медиасфере (по видам, форматам, типам, жанровым группам, тематическим формам).

12. Экономика использования прав (нематериальных активов) в медиасфере.

13. Характер конкуренции на рынке медиасферы (концентрация телепроизводства, и теледистрибуции и проката, телевидения, олигополистическая конкуренция,

горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация, слияния и поглощения).

14. Структура финансовых результатов в медиасфере.

15. Цикличность и сезонность потребления телепродуктов (телевизионных прав), стратегии продвижения телепродуктов и услуг на рынок.

16. Анализ рынка телепроизводства в России.

17. Особенности функционирования медиасферы.

18. Экономические показатели деятельности предприятий медиасферы.

19. Финансовые модели кабельного вещания.

20. Финансовая модель федеральных каналов.

21. Смета затрат производства телепроекта.

22. Экономика рекламной деятельности в медиасфере.

23. Работы и затраты периодов телепроизводства.

24. Разработка постановочного телепроекта как его бизнес-планирование (состав работ, особенности их организации).

Критерии оценки при проведении промежуточной аттестации

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.

2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.

3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо» или «зачтено»	1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными.

	<p>2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам.</p> <p>3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.</p>
<p>«Удовлетворительно» или «зачтено»</p>	<p>1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса.</p> <p>2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения.</p> <p>3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.</p>
<p>«Неудовлетворительно» или «не зачтено»</p>	<p>1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации.</p> <p>2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются.</p> <p>3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.</p>

ФОС для проведения промежуточной аттестации одобрен на заседании кафедры
 Протокол заседания кафедры № 06 от «22» января 2025 г.