

Аннотация к рабочей программы дисциплины
«Б1. О.11. Бизнес-модели СМИ»»
(код и наименование дисциплины)

Объем трудоемкости: 3 зачетные единицы

Цель дисциплины: - Цель дисциплины «Бизнес-модели СМИ» - является предоставление комплекса знаний и навыков о технологии создания и дальнейшем оптимальном функционировании предприятия (фирмы) массмедиа в рамках одноименной отрасли национальной экономики России.

Задачи дисциплины:

- познакомить студентов с технологией создания предприятия массмедиа;
- изучить экономические составляющие «бизнес-моделей»;
- провести сравнительный анализ бизнес-моделей крупнейших российских медиахолдингов.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Бизнес-модели СМИ» относится к части, формируемой участниками обязательной части Блока 1 "Дисциплины (модули)" учебного плана.

Дисциплина основывается на положениях таких дисциплин как «Жанровая динамика в мировых СМИ», «Редакторские практики в мировых медиа» и «Национальные медиасистемы в глобальном мире». В свою очередь дисциплина является предшествующей следующим дисциплинам: "Конфликтология и СМИ", "Политические процессы в современном медиа", "Медиаэтика".

Требования к уровню освоения дисциплины

Изучение данной учебной дисциплины направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	
ИОПК-4.1. Определяет потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	Знает принципы анализа потребностей общества и интересов аудитории
	Умеет прогнозировать спрос аудитории на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ИОПК-4.2. Создает медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты, удовлетворяющие потребностям общества и интересам аудитории	Владеет навыками определения потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
	Знает особенности создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
	Умеет определять потребности общества и интересы аудитории
	Владеет навыками создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, удовлетворяющих потребностям общества и интересам аудитории
ПК-2 Способен анализировать результаты деятельности подразделений организации, опираясь на установленные контакты с внешней средой (В/03.7, В/04.7)	

Код и наименование индикатора*	Результаты обучения по дисциплине (знает, умеет, владеет (навыки и/или опыт деятельности))
ИПК-2.1. Использует особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации	Знает особенности и критерии анализа результатов деятельности подразделений организации
	Умеет отслеживать актуально значимые события и их отражение в функционировании подразделений организации
	Владеет навыками использования особенностей и критерий анализа результатов деятельности подразделений организации, основываясь на актуально значимых событиях и их отражении в функционировании подразделений организации
ИПК-2.2. Способен к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой	Знает принципы научного анализа и синтеза при обработке полученных данных
	Умеет устанавливать контакты с внешней средой
	Владеет способностью к научному анализу и синтезу при обработке полученных данных, опираясь на установленные контакты с внешней средой

Содержание дисциплины:

Распределение видов учебной работы и их трудоемкости по разделам дисциплины.
Разделы (темы) дисциплины, изучаемые в 3 семестре (очная форма обучения)

№	Наименование разделов (тем)	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	СРС
1	2	3	4	5	6	7
1.	История возникновения и развития зарубежных и отечественных медиахолдингов	18		2	4	12
2.	Экономические основы функционирования медиахолдингов в России и за рубежом.	16		4	2	10
3.	Ведущие медиахолдинги США, России, Европы и Азии	18		4	2	12
4.	Практика саморедактирования переводов текстов СМИ	19		2	4	13
	ИТОГО по разделам дисциплины	71		12	12	47
	Контроль самостоятельной работы (КСР)	26,7				
	Промежуточная аттестация (ИКР)	0,3		0,3		
	Подготовка к текущему контролю	10		10		
	Общая трудоемкость по дисциплине	108				

Курсовые работы: (не предусмотрена)

Форма проведения аттестации по дисциплине: (экзамен)

Автор : д.ф.н., доц. М.В.Безрукавая