

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

Менеджмент средств массовой информации

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2026

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2
Общепрофессиональные	—	ОПК-5

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач. УК-2.3 Учитывает при решении поставленных задач трудовые и материальные ресурсы, ограничения проекта - сроки, стоимость, содержание. УК-2.4 Реализует внутренние и внешние взаимодействия, предупреждает и разрешает конфликты УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Имеет представление о политических и экономических механизмах, правовых и этических нормах, на базе которых осуществляется функционирование и развитие мировых, национальных и региональных медиакоммуникационных систем. ОПК-5.2. Способен осуществлять профессиональную деятельность на основе знаний особенностей функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. ОПК-5.3. Имеет представление об информационной политике и способен применять на практике нормативные документы, регулирующие деятельность журналистов.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-2		
	- виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. - действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	- проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; - использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности	- методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с нормативно-правовой документацией
Код компетенции	ОПК-5		
	- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	- навыками оценки политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, их правовых и этических норм регулирования

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Социальные медиа», «Основы теле- и радиожурналистики», «Основы работы с электронными образовательными ресурсами», «Техника и технология средств массовой информации», «Выпуск учебных средств массовой информации».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Журналистика средств массовой коммуникации.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>			
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость часы (зачетные единицы):	2/72	2/72	2/72	3/108
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	18	8	4	2
Занятия семинарского типа	36	16	4	2
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой	0,15	0,15	4	4
Самостоятельная работа (СРС)	17,85	47,85	60	100

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практ ические заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Иные заня тия	
1.	Менеджмент и СМИ	4			6			3
2.	Организация СМИ	4			8			2
3.	Менеджмент и медиапредприятия	4			8			2
4.	Редакционный менеджмент	4			8			3
5.	Стратегическое управление в СМИ	2			6			7,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого:	18			36			17,85

6.1.1. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практ ические заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Иные заня тия	
1.	Менеджмент и СМИ	2			2			8
2.	Организация СМИ	2			2			8
3.	Менеджмент и медиапредприятия	2			4			7
4.	Редакционный менеджмент	2			4			7
5.	Стратегическое управление в СМИ				4			17,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	8			16			47,85

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практ ические заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Иные заня тия	
1.	Менеджмент и СМИ	1			1			12
2.	Организация СМИ	1						12
3.	Менеджмент и медиапредприятия	1			1			12
4.	Редакционный менеджмент	1			1			12
5.	Стратегическое управление в СМИ				1			12
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	4			4			60

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебные занятия	Практ ические заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб.	Иные заня тия	
1.	Менеджмент и СМИ	0,5			0,5			20
2.	Организация СМИ	0,5						20
3.	Менеджмент и медиапредприятия	0,5			0,5			20
4.	Редакционный менеджмент	0,5			0,5			20
5.	Стратегическое управление в СМИ				0,5			20
	Промежуточная аттестация	4						
	Итого	2			2			100

6.1 Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1 Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Менеджмент и СМИ	Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента. Исторические понятия управления. Менеджмент как управление в организациях и организациями. Научный, профессиональный и системный менеджмент. Особенности менеджмента в СМИ. Экономическая природа СМИ. Специфика рынка СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономические особенности электронных СМИ. Основные требования к менеджеру СМИ. Имидж СМИ и его экономический эффект. Менеджмент СМИ и этика. Менеджмент СМИ и закон. Формы концентрации СМИ. Конфликты в СМИ.
2.	Организация СМИ	Анализируются возможность и эффективность применения различных организационных структур в медиабизнесе. Показывается взаимосвязь оргструктуры и основных функций медиа. Обсуждаются перспективы изменения оргструктуры в зависимости от рыночной конъюнктуры. Организационно-правовые формы медиапредприятий. Структура медиапредприятия. Органы управления медиапредприятия. Типы

		организации СМИ. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления. Типы организационных структур и как они представлены в СМИ. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
3.	Менеджмент и медиапредприятия	Главные отличия СМИ от медиа. Понятие «медиапродукт», «медиааналитик», «медиаканал». Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием. Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники».
4.	Редакционный менеджмент	Менеджмент и организация работы редакции Рекламная политика редакции. Специфические черты редакционного менеджмента. Особенности редакционного менеджмента. Виды редакционного менеджмента. Служба редакционного менеджмента Величина и состав редакционного коллектива Структура редакционного коллектива Управление редакционным коллективом Система методов управления редакцией. Экономические основы труда журналиста. Журналист в редакционном коллективе. Требования к журналисту. Уровни менеджмента в редакции. Журналист в редакционном коллективе. Основные направления редакционно-издательского маркетинга. Управление редакционным коллективом и требования к современным менеджерам СМИ. Издательская и коммерческая деятельность редакции. Ценовая политика редакции. Бизнес-план в системе редакционного планирования Цели, предмет и виды бизнес-плана Структура бизнес-плана Возможности укрепления финансовой базы Бизнес-план редакции (цели, виды, форма). Бизнес-план редакции, телекомпании и информационного агентства.
5.	Стратегическое управление в СМИ	Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. Стратегии развития медиапредприятий. Разработка стратегии СМИ. Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента. Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиа продукции: рейтинг-контроль, долевого контроля, РС-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиа продукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М. Портера. PEST-анализ. Автономия редакционной политики СМИ как

		элемент бизнес-стратегии. Стратегическое планирование в работе редакции.
--	--	--

6.2.2 Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Менеджмент и СМИ	Анализируется природа основных внутренних конфликтов в медиа. Показывается, каким образом эти конфликты вытекают из решения персоналом медиа своих функциональных задач. В качестве практического задания – игра с заданными исходными параметрами «Конфликт между службой новостей и рекламной службой телекомпании».
2.	Организация СМИ.	Анализируются возможность и эффективность применения различных организационных структур в СМИ. Показывается взаимосвязь оргструктуры и основных функций медиа. Обсуждаются перспективы изменения оргструктуры в зависимости от рыночной конъюнктуры.
3.	Менеджмент и медиапредприятия	Как выйти из медиабизнеса. Момент выхода, оценка активов, процедура выхода. Анализируется момент выхода из медиабизнеса: возможные мотивации к нему, оценка стоимости активов, влияние на эту стоимость рыночной конъюнктуры.
4.	Редакционный менеджмент	Анализируется специфика менеджмента в печатных СМИ в сравнении с электронными. Занятие проводится совместно с руководителем одного из печатных СМИ.
5.	Стратегическое управление в СМИ.	Анализируется специфика различных стратегий развития медиа в зависимости от рыночной конъюнктуры. В качестве практического задания дается возможность провести СВОТ-анализ виртуального СМИ.

6.2.1. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Менеджмент и СМИ	Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента. Исторические понятия управления. Менеджмент как управление в организациях и организациями. Научный, профессиональный и системный менеджмент. Особенности менеджмента в СМИ. Экономическая природа СМИ. Специфика рынка СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономические особенности электронных СМИ. Основные требования к менеджеру СМИ. Имидж СМИ и его экономический эффект. Менеджмент СМИ и этика. Менеджмент СМИ и закон. Формы концентрации СМИ. Конфликты в СМИ.
2.	Организация СМИ	Анализируются возможность и эффективность применения различных организационных структур в медиабизнесе. Показывается взаимосвязь

		оргструктуры и основных функций медиа. Обсуждаются перспективы изменения оргструктуры в зависимости от рыночной конъюнктуры. Организационно-правовые формы медиапредприятий. Структура медиапредприятия. Органы управления медиапредприятия. Типы организации СМИ. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления. Типы организационных структур и как они представлены в СМИ. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
3.	Менеджмент и медиапредприятия	Главные отличия СМИ от медиа. Понятие «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием. Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники».
4.	Редакционный менеджмент	Менеджмент и организация работы редакции Рекламная политика редакции. Специфические черты редакционного менеджмента. Особенности редакционного менеджмента. Виды редакционного менеджмента. Служба редакционного менеджмента Величина и состав редакционного коллектива Структура редакционного коллектива Управление редакционным коллективом Система методов управления редакцией. Экономические основы труда журналиста. Журналист в редакционном коллективе. Требования к журналисту. Уровни менеджмента в редакции. Журналист в редакционном коллективе. Основные направления редакционно-издательского маркетинга. Управление редакционным коллективом и требования к современным менеджерам СМИ. Издательская и коммерческая деятельность редакции. Ценовая политика редакции. Бизнес-план в системе редакционного планирования Цели, предмет и виды бизнес-плана Структура бизнес-плана Возможности укрепления финансовой базы Бизнес-план редакции (цели, виды, форма). Бизнес-план редакции, телекомпании и информационного агентства.
5.	Стратегическое управление в СМИ	Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. Стратегии развития медиапредприятий. Разработка стратегии СМИ. Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента. Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиа продукции: рейтинг-контроль, долевой контроль, РС-контроль

		(мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиа продукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М. Портера. PEST-анализ. Автономия редакционной политики СМИ как элемент бизнес-стратегии. Стратегическое планирование в работе редакции.
--	--	--

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Менеджмент и СМИ	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, творческий проект, проблемно-аналитическое задание Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Организация СМИ	Опрос, тестирование, дискуссионные процедуры, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
3.	Менеджмент и медиапредприятия	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, творческий проект, проблемно-аналитические задания Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
4.	Редакционный менеджмент	Опрос, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
5.	Стратегическое управление в СМИ	Опрос, исследовательский проект, дискуссионные процедуры, информационный проект, тестирование Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1 Основная учебная литература

1. Доброзракова, Г. А. Журналистика в системе массовой коммуникации: учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Самара: Поволжский государственный университет

телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>.

2. Короткий, С. В. Менеджмент: учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 225 с. — ISBN 978-5-4487-0134-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72358.html>.

1. Основы менеджмента: учебно-методическое пособие / В. В. Макрусов, М. В. Бойкова, И. Н. Колобова, Е. О. Любкина. — М.: Российская таможенная академия, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-9590-0963-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/84857.html>.

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике: учебное пособие / С. И. Бессонов; под редакцией В. Ф. Олешко. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 124 с. — ISBN 978-5-7996-1004-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>.

2. Жилавская, И. В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ: учебное пособие / И. В. Жилавская. — М.: Московский педагогический государственный университет, 2017. — 148 с. — ISBN 978-5-4263-0473-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72502.html>.

3. Семенова, И. И. История менеджмента: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / И. И. Семенова. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 199 с. — ISBN 978-5-238-01330-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81778.html>.

4. Эриашвили, Н. Д. Основы менеджмента: учебник для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. Д. Эриашвили; под редакцией В. В. Лукашевич, И. В. Бородушка. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 271 с. — ISBN 5-238-01061-3. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71768.html>.

8.3 Периодические издания

1. Экономика и менеджмент систем управления. ISSN 2223-0432. <http://www.iprbookshop.ru/34060.html/>

2. Экономика и современный менеджмент: теория и практика. ISSN 2309-3390. <http://www.iprbookshop.ru/48512.html>

3. Международный журнал Медиа. Информация. Коммуникация (MIC). ISSN 2313-755X. <http://mic.org.ru>.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>
2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>
3. Инвестиционный консалтинг. www.i-con.ru.
4. Сайт РосБизнесКонсалтинг (РБК – ведущий мультимедийный холдинг России). www.rbc.ru.
5. Национальная ассоциация управления проектами. www.sovnet.ru.

6. Американский институт управления проектами PMI. www.pmi.org

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
 2. Семейство ОС Microsoft Windows
 3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
 4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
 5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, VLC Media Player.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся .

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; доска (маркерная), комплект мебели для преподавателя.

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Операционные системы семейства Windows, КонсультантПлюс веб версия, Гарант веб версия, антивирус Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Яндекс Браузер, LibreOffice, МТС Линк, Notepad++. Pinta, Gimp, AnyLogic, Inkscape, OpenShot. FreeCAD, LibreCAD, Jamovi, Visual Studio, Unity.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций –

проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ MicrosoftOffice для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: (*«мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.*) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Менеджмент средств массовой информации

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2
Общепрофессиональные	—	ОПК-5

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач. УК-2.3 Учитывает при решении поставленных задач трудовые и материальные ресурсы, ограничения проекта - сроки, стоимость, содержание. УК-2.4 Реализует внутренние и внешние взаимодействия, предупреждает и разрешает конфликты УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1. Имеет представление о политических и экономических механизмах, правовых и этических нормах, на базе которых осуществляется функционирование и развитие мировых, национальных и региональных медиакоммуникационных систем. ОПК-5.2. Способен осуществлять профессиональную деятельность на основе знаний особенностей функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. ОПК-5.3. Имеет представление об информационной политике и способен применять на практике нормативные документы, регулирующие деятельность журналистов.

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-2		
	- виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. - действующее законодательство и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	- проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; - использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной деятельности	- методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с нормативно-правовой документацией
Код компетенции	ОПК-5		
	- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	- навыками оценки политических и экономических механизмов функционирования медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, их правовых и этических норм регулирования

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.

	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.;

		При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВОЛЕТВОРИТЕЛЬНО/ не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов

3 СЕМЕСТР

УК-2

1. Менеджмент средств массовой информации — это:
 - а) совокупность принципов, методов, средств и форм подготовки и выпуска продукции С МИ;
 - б) совокупность принципов, методов, средств и форм подготовки и выпуска продукции С МИ с целью удовлетворения потребностей массовой аудитории и получения прибыли;
 - в) некая деятельность, которая напрямую связана с экономическим управлением компании и или редакции средства массовой информации.

2. Что из перечисленного ниже не является средством массовой информации:
 - а) телевидение;
 - б) филиалы организации на местах;
 - в) телеграфное агентство;
 - г) радио.

3. Какое из средств массовой информации является самым массовым:
 - а) радио;

- б) телевидение;
- в) пресса.

4. Менеджер в редакции СМИ:

- а) осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
- б) занимается реализацией продукции СМИ;
- в) занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.

5. Газетный менеджер обязан уметь:

- а) организовывать и планировать производство издания и реализацию газетных номеров, добиваясь при этом безубыточности, а затем и прибыли;
- б) руководить редакционным коллективом на уровне современных требований, быть лидером;
- в) находить выход из конфликтных ситуаций;
- г) подбирать, отбирать и обучать сотрудников;
- д) вести деловые переговоры;
- е) все ответы верны.

6. Менеджер радио и телевидения должен уметь:

- а) готовить смету расходов на создание теле- или радиопрограммы (в том числе планировать затраты и делать расчёт гонорара);
- б) закупать готовую продукцию и право на показ программы в эфире;
- в) правильно оценивать стоимость телерадиопродукции при подготовке переговоров по купле-продаже, а в переговорах отстаивать «стартовую цену» этой продукции; устанавливать хорошие взаимоотношения со службами Министерства связи, владеющими техническими средствами передачи теле- и радиосигнала;
- г) самостоятельно использовать средства связи, компьютерное оборудование; заключать договоры на приобретение информационной продукции у информационных агентств;
- д) вести маркетинг с целью освоения новых направлений на радио и телевидении; пропагандировать телепрограммы через газеты и журналы;
- е) все ответы верны.

7. К функциям менеджмента относятся:

- а) финансовая;
- б) маркетинговая;
- в) кадровая;
- г) все ответы верны.

8. В бизнес-плане предусматриваются следующие разделы:

- а) титульный лист; резюме; описание предприятия; местонахождение; продукт или информационные услуги; рынок сбыта; конкуренция; производственный план; финансовый план ;
- б) титульный лист; резюме; описание предприятия; производственный план, финансовый план;
- в) титульный лист; резюме; местонахождение; продукт или информационные услуги; рынок сбыта; конкуренция; производственный план, финансовый план;
- г) титульный лист; резюме; описание предприятия; местонахождение; продукт или информационные услуги; производственный план, финансовый план.

9. Структура финансового менеджмента:
- а) планирование бюджета СМИ и установление контроля за его выполнением;
 - б) управление финансовой политикой редакции, управление финансовыми потоками;
 - в) управление прибылью, управление ценовой политикой;
 - г) тиражная, ценовая, рекламная политика.
10. Структура кадрового менеджмента:
- а) управление структурой СМИ, управление кадровой политикой, управление персоналом;
 - б) поиск, отбор и найм кадров;
 - в) руководство редакционным коллективом, его информирование и оценка работы;
 - г) предоставление сотрудникам пространства для роста, установление системы поощрений и наказаний.
11. Какой нормативно-правовой акт регулирует деятельность СМИ в РФ?
- а) Гражданский кодекс РФ;
 - б) Закон РФ «О средствах массовой информации»;
 - в) Трудовой кодекс РФ;
 - г) Налоговый кодекс РФ.
12. Что включает в себя анализ альтернативных вариантов при планировании проекта в СМИ?
- а) оценку рисков и возможностей каждого варианта;
 - б) выбор самого дешёвого варианта;
 - в) игнорирование внешних факторов;
 - г) ориентацию только на прошлый опыт.
13. Какой показатель является ключевым при оценке потребности в ресурсах для запуска нового медиапроекта?
- а) количество конкурентов на рынке;
 - б) ожидаемая продолжительность и стоимость проекта;
 - в) количество сотрудников в редакции;
 - г) цвет логотипа издания.
14. Ситуационная задача. Вы планируете запуск нового онлайн-журнала. Составьте краткий план действий по оценке необходимых ресурсов (3–4 пункта).
15. Ситуационная задача. Вам нужно оценить рентабельность запуска еженедельной рубрики в газете. Какие показатели вы будете анализировать? Назовите 3–4 показателя и кратко поясните каждый.

Ответы на тест

- 1. б
- 2. б
- 3. б
- 4. в
- 5. е
- 6. е
- 7. г
- 8. а

- 9. б
- 10. а
- 11. б
- 12. а
- 13. б

ОПК-5

1. Какая тенденция является доминирующей в развитии современных медиакоммуникационных систем?
 - а) сокращение аудитории традиционных СМИ;
 - б) рост влияния цифровых платформ и социальных сетей;
 - в) снижение роли пользовательского контента;
 - г) уменьшение количества мультимедийных форматов.
2. Что означает термин «медиаконвергенция»?
 - а) объединение различных медиаформатов (текст, видео, аудио) в одном ресурсе;
 - б) сокращение числа СМИ на рынке;
 - в) переход всех СМИ на печатные форматы;
 - г) увеличение стоимости медиапродукции.
3. Какой фактор оказывает наибольшее влияние на развитие региональных медиасистем?
 - а) местные культурные и языковые особенности;
 - б) количество рекламных агентств в регионе;
 - в) цвет логотипа местных СМИ;
 - г) личные предпочтения губернатора.
4. Что такое «платформенный капитализм» в контексте медиаиндустрии?
 - а) доминирование крупных цифровых платформ (Google, Meta, TikTok и др.) в распространении контента;
 - б) переход СМИ на бумажные носители;
 - в) рост числа независимых газет;
 - г) сокращение интернет-аудитории.
5. Какой правовой акт регулирует деятельность онлайн-СМИ в РФ?
 - а) Закон «О рекламе»;
 - б) Закон «О средствах массовой информации»;
 - в) Трудовой кодекс РФ;
 - г) Налоговый кодекс РФ.
6. Что включает в себя понятие «медиаэкономика»?
 - а) только доходы от рекламы;
 - б) совокупность экономических отношений в сфере производства, распространения и потребления медиаконтента;
 - в) стоимость бумаги для печати газет;
 - г) зарплата главного редактора.

7. Установите соответствие между тенденцией и её характеристикой:

Тенденция	Характеристика
1) Персонализация контента	а) Использование алгоритмов для подбора материалов под интересы пользователя
2) Рост видеоконтента	б) Увеличение доли коротких вертикальных видео (Reels, Shorts, TikTok)
3) Развитие подкастов	в) Рост популярности аудиоформатов для потребления информации

8. Какой этический принцип нарушается при использовании «кликбейтных» заголовков?

- а) принцип объективности;
- б) принцип достоверности информации;
- в) принцип оперативности;
- г) принцип краткости.

9. Что является ключевым экономическим механизмом функционирования коммерческих СМИ?

- а) государственное финансирование;
- б) монетизация через рекламу и подписки;
- в) добровольные пожертвования читателей;
- г) гранты международных организаций.

10. Какой политический фактор может оказывать прямое влияние на работу СМИ в стране?

- а) погодные условия;
- б) законодательство о СМИ и свобода слова;
- в) количество спортивных мероприятий;
- г) мода на определённые цвета в дизайне.

11. Что означает термин «алгоритмическая редакция» в современных медиа?

- а) полное замещение журналистов искусственным интеллектом;
- б) использование алгоритмов для сортировки и рекомендации контента пользователям;
- в) автоматизированное написание новостей роботами;
- г) запрет на использование ключевых слов в текстах.

12. Какой ресурс поможет журналисту проанализировать тренды в медиакоммуникациях?

- а) личный дневник;
- б) отчёты Mediascope, ВЦИОМ, Deloitte;
- в) кулинарный блог;
- г) инструкция по сборке мебели.

13. Что относится к правовым ограничениям для СМИ в РФ? (выберите все подходящие варианты)

- а) запрет на распространение экстремистских материалов;

- б) обязанность проверять достоверность информации перед публикацией;
- в) право публиковать любые сведения без проверки;
- г) обязанность указывать источники информации в определённых случаях.

14. Ситуационная задача. Вы планируете запустить региональный новостной портал. Какие 3–

4 тенденции развития медиакоммуникаций вы учтёте при разработке стратегии? Кратко обоснуйте выбор каждой.

15. Ситуационная задача. Вам нужно оценить экономическую устойчивость местного телеканала в условиях роста конкуренции с цифровыми платформами. Какие 3–

4 показателя вы проанализируете? Для каждого укажите, почему он важен.

Ответы на тест

- 1. б
- 2. а
- 3. а
- 4. а
- 5. б
- 6. б
- 7. 1–а, 2–б, 3–в
- 8. б
- 9. б
- 10. б
- 11. б
- 12. б
- 13. а, б, г
- 14. Учитываемые тенденции:

- рост мобильного потребления контента — разработка мобильной версии сайта и приложения, оптимизация под смартфоны;
- персонализация и рекомендательные алгоритмы — внедрение системы рекомендаций на основе интересов аудитории;
- мультимедийность — использование видео, подкастов, инфографики наряду с текстом;
- интерактивность — создание возможностей для обратной связи (комментарии, опросы, UGC).

15. Анализируемые показатели:

- доля аудитории (рейтинг, доля) — показывает, сколько зрителей смотрит канал относительно общего числа телезрителей, отражает конкурентоспособность;
- доходы от рекламы — основной источник финансирования, снижение может сигнализировать о потере рекламодателей в пользу цифровых платформ;
- затраты на производство контента — сравнение с доходами покажет, насколько эффективно используются ресурсы;
- динамика онлайн-аудитории — рост просмотров на YouTube или сайте может компенсировать падение ТВ-рейтингов, указывая на необходимость развития цифровых каналов.