

Министерство науки и высшего образования
Российской Федерации

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Луганский государственный университет
имени Владимира Даля»

Институт управления и государственной службы
Кафедра управления персоналом и экономической теории



Р.Г. Харьковский
2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

«ЭКОНОМИКА ИЗДАТЕЛЬСКОГО ДЕЛА»

По направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело

Профиль подготовки «Редакционно-издательская деятельность»

Луганск 2023

Лист согласования РПУД

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика издательского дела» по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело – ___ с.

Рабочая программа учебной дисциплины «Экономика издательского дела» составлена с учетом Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08 июня 2017 г. № 525, с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 г., учебного плана по направлению подготовки 42.03.03 Издательское дело и Положения о рабочей программе учебной дисциплины ФГБОУ ВО «ЛГУ им. В. Даля».

СОСТАВИТЕЛЬ:

канд. наук по гос. управлению, старший преподаватель кафедры управления персоналом и экономической теории Авдеева В.Н.

Рабочая программа дисциплины утверждена на заседании кафедры управления персоналом и экономической теории

«21» 03 2023 года, протокол № 13

Заведующий кафедрой _____ Г.В. Чумаченко

Переутверждена: «___» _____ 20__ года, протокол № _____

Согласована:

Директор института философии _____ проф. П. П. Складар

Переутверждена: «___» _____ 20__ года, протокол № _____

Рекомендована на заседании учебно-методической комиссии института управления и государственной службы

«12» 04 2023 года, протокол № 8

Председатель учебно-методической комиссии института управления и государственной службы

_____ А.А. Резник

Структура и содержание дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины, ее место в учебном процессе

Цель изучения дисциплины – дать общее взаимосвязанное представление о характере и особенностях экономики и планирования в медиабизнесе.

Задачи:

ознакомить студентов с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;

научить студентов свободно оперировать экономическими категориями, разбираться в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;

развить у студентов навыки экономического мышления, способность к анализу коммерческой деятельности СМИ, определению уровня их рентабельности.

2. Место дисциплины в структуре ООП ВО

Дисциплина «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений учебного плана подготовки студентов по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Содержание дисциплины является логическим продолжением содержания дисциплин «Медиаменеджмент», «Медиамаркетинг и фандрайзинг», «Производство печатных СМИ», «Экономическая теория», «Экономика» и служит основой для освоения дисциплин «PR в медиасфере», «Проектная деятельность в медиасфере».

3. Требования к результатам освоения содержания дисциплины

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции (по реализуемой дисциплине)	Перечень планируемых результатов
УК-9. Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	Знать: - основы экономической теории; - базовые экономические инструменты, необходимые для управления личными финансами.
	УК-9.2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и	Уметь: - использовать основы экономики в различных жизненных сферах; - применять методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей

	долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом).	Владеть навыками: - использования полученных экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности; понятийным аппаратом и важнейшими категориями современной экономической теории; - принятия решений с учетом экономических последствий.
--	--	--

4. Структура и содержание дисциплины

4.1. Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Вид учебной работы	Объем часов (зач. ед.)		
	Очная форма	Очно-заочная форма	Заочная форма
Общая учебная нагрузка (всего)	108 (3 зач. ед)	-	108 (3 зач. ед)
Обязательная контактная работа (всего) в том числе:	48	-	8
Лекции	24	-	4
Семинарские занятия		-	
Практические занятия	24	-	4
Лабораторные работы	-	-	-
Курсовая работа (курсовой проект)	-	-	-
Другие формы и методы организации образовательного процесса	-	-	-
Самостоятельная работа студента (всего)	60	-	100
Форма аттестации	зачет	-	зачет

4.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Предмет, объект, цели и задачи курса

Предмет, объект, цели и задачи дисциплины. Гибридность медиа-продукта. Разделение в экономике медиа понятия «контент» и понятия «носитель». Информация как коллективный и общественный товар. Носитель информации как частный товар. Реклама как товар не подлежащий классификации.

Тема 2. Информационный рынок

Закономерности формирования и развития информационного рынка. Аспекты и структура информационного рынка. Схема информационного рынка по средствам массовой информации.

Тема 3. Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности

Сущность предпринимательства, его формы, субъекты. Предпринимательская деятельность предприятия. Классификация предприятий по формам собственности, по отраслевому признаку, по типам производства, размерам, организационно-правовым формам, их

характеристика. Производственная и организационная структуры СМИ. Имущество предприятий, его состав.

Тема 4. Формы организации медиабизнеса

Условия основания СМИ. Проблемы собственности в медиабизнесе. Финансовый капитал на медиарынке России: российский капитал на медиарынке, иностранный капитал на медиарынке

Тема 5. Организация деятельности медиапроизводства

Регистрация СМИ. Устав редакции. Приостановление и прекращение деятельности СМИ.

Тема 6. Основы редакционного менеджмента

Менеджмент и редакция. Управление редакционным коллективом. Экономические основы труда журналиста. Этика и закон.

Тема 7. Маркетинг на медиа-предприятии

Основные элементы маркетинга: продукт, цена, рынки сбыта, продвижение. Маркетинг как философия бизнеса СМИ. Маркетинг как комплекс инструментов изучения рынка и воздействия на него. Маркетинг как функция управления рыночной деятельностью предприятия. Маркетинговые внутрифирменные технологии: создание прайс-листа на продукты и услуги СМИ, создание системы скидок на услуги, создание системы работы с клиентами. Создание системы продаж продуктов и услуг медиа-компаний. Создание системы оплаты труда коммерческой службы. Создание баз данных потребителей продукции и услуг медиа-предприятия. Создание и выведение на рынок новых контентных и коммерческих продуктов. Принцип проектной работы (проект-менеджмент). Риски в медиа-индустрии.

Тема 8: Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии

Конкуренция СМИ на различных рынках: на рынке содержания, на рынке рекламы, на рынке досуга. Виды конкуренции и доминирующие виды конкуренции на рынке медиа развитых стран. Три вида концентрации медиа-бизнеса: вертикальная, горизонтальная, диагональная.

Тема 9. Бизнес-планирование (моделирование) на медиа-предприятии

Определение понятия «бизнес-план». Типология бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления. Бизнес-план как инструмент диверсификации деятельности медиа-компаний. Бизнес-план как инструмент привлечения инвестиций. Бизнес-планирование как инструмент определения стратегии предприятия в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

Тема 10. Издержки и себестоимость продукции

Издержки в медиа-индустрии: постоянные и переменные издержки различных видов медиа. Издержки и объемы производства в медиа-индустрии.

Тема 11. Ценообразование в рыночной экономике

Экономическое содержание цены, функции цен. Сущность ценообразования, этапы процесса ценообразования. Методы формирования цены. Виды цен. Тарифы на автомобильном транспорте, их характеристика, методика расчета. Медиа – двойственный рынок товаров и услуг. Стоимость первого экземпляра и экономика масштабов производства. Особенности ценообразования индустрии печатных СМИ. Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции. Концепция случайной цены медиа. Доходы и расходы медиа.

Тема 12. Прибыль и рентабельность

Доход СМИ, его структура. Сущность прибыли. Функции и роль прибыли. Виды прибыли. Источники образования прибыли. Распределение и использование прибыли. Сущность и виды рентабельности. Методика расчета уровня рентабельности медиа-предприятия, отдельных видов деятельности.

Тема 13. Учет на медиа-предприятии

Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия. Управленческий учет как база для принятия административных решений. Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности. Учетная политика как фактор управления себестоимостью, как фактор конкурентоспособности. Бюджет предприятия. Бюджетирование как регулярный процесс.

Тема 14. Особенности налогообложения СМИ

Налоги, их сущность, функции и классификация. Налогообложение как способ регулирования доходов и источник пополнения государственных средств. Налогообложение организации и физических лиц, его экономическая сущность и виды. Основные виды федеральных налогов, методика их расчетов. Налоги субъектов Федерации (налог на имущество организации, транспортный налог. Местные налоги, их роль в местном самоуправлении.

Тема 15. ЛОГИСТИКА в массмедиа

Сущность и цель логистики в массмедиа. Административная управленческая логистика. Закупочная логистика. Информационная логистика

4.3. Лекции

№ п/п	Название темы	Объем часов		
		Очная форма	Очно- заочная форма	Заочная форма
1	Предмет, объект, цели и задачи курса	1	-	-
2	Информационный рынок	1	-	-

3	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности	1	-	-
4	Формы организации медиабизнеса	2	-	0,5
5	Организация деятельности медиапроизводства	1	-	-
6	Основы редакционного менеджмента	1	-	-
7	Маркетинг на медиа-предприятии	2	-	0,5
8	Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии	2	-	0,5
9	Бизнес-планирование (моделирование) на медиа-предприятии	2	-	0,5
10	Издержки и себестоимость продукции	2	-	0,5
11	Ценообразование в рыночной экономике	2	-	0,5
12	Прибыль и рентабельность	2	-	0,5
13	Учет на медиа-предприятии	2	-	0,5
14	Особенности налогообложения СМИ	2	-	-
15	Логистика в массмедиа	1	-	-
Итого:		24	-	4

4.4. Практические занятия

№ п/п	Название темы	Объем часов		Заочная форма
		Очная форма	Очно-заочная форма	
1	Предмет, объект, цели и задачи курса	1	-	-
2	Информационный рынок	1	-	-
3	Предприятие как основной субъект предпринимательской деятельности	1	-	-
4	Формы организации медиабизнеса	2	-	-
5	Организация деятельности медиапроизводства	1	-	-
6	Основы редакционного менеджмента	1	-	-
7	Маркетинг на медиа-предприятии	2	-	1
8	Конкуренция СМИ: ее виды. типы рыночных структур в медиаиндустрии	2	-	1
9	Бизнес-планирование (моделирование) на медиа-предприятии	2	-	1
10	Издержки и себестоимость продукции	2	-	1
11	Ценообразование в рыночной экономике	2	-	1
12	Прибыль и рентабельность	2	-	1
13	Учет на медиа-предприятии	2	-	1
14	Особенности налогообложения СМИ	2	-	1
15	Логистика в массмедиа	1	-	1
Итого:		24	-	4

4.5. Лабораторные работы рабочим учебным планом не предусмотрены.

4.6. Самостоятельная работа студентов

№	Название темы	Вид СРС	Объем часов
---	---------------	---------	-------------

п/п			Очная форма	Очно- заочная форма	Заочна я форма
1	Понятие редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
2	Основные цели и задачи редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
3	Аспекты рынка СМИ. Факторы изучения аспектов рынка СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
4	Финансовый рынок СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
5	Рынок труда СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
6	Издательский рынок.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
7	Рынок материалов СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
8	Технический рынок.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
9	Рынок информации и идей.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
10	Рынок распространителей.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
11	Рынок периодических изданий.	Самостоятельный поиск источников информации, их	1	-	3

		изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.			
12	Исследование рынка периодических изданий.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	1	-	3
13	Рынок потребителей информации СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
14	Ситуации конкуренции на рынке СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
15	Основы планирования редакционно-издательского маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
16	Бюджет маркетинга.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
17	Маркетинговые прогнозы.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
18	Расходная часть бюджета СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
19	Доходная часть бюджета СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
20	Ценовая политика СМИ. Факторы ценовой политики редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
21	Система публикаций рекламы. Экономические принципы редакционной	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3

	деятельности.				
22	Понятие редакционного менеджмента. Задачи менеджмента.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
23	Производственный и финансовый менеджмент.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
24	Менеджер – ключевая фигура управления СМИ.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	3
25	Уровни менеджмента в редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
26	Структура редакционного коллектива.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
27	Принципы редакционной деятельности.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
28	Функциональные группы редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
29	Типы структур редакции.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
30	Факторы экономической модели газеты.	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений.	2	-	4
31	Товарный знак, торговая марка и бренд медиа-проекта	Самостоятельный поиск источников информации, их изучение. Подготовка к семинарским занятиям, контролю знаний и умений	2	-	4
Итого:			60	-	100

4.7. Курсовые работы/проекты не предусмотрены рабочим учебным планом.

5. Образовательные технологии

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих видов образовательных технологий: объяснительно-иллюстративного обучения (технология поддерживающего обучения, технология проведения учебной дискуссии), информационных технологий (презентационные материалы), развивающих и инновационных образовательных технологий.

Практические занятия проводятся с использованием развивающих, проблемных технологий.

6. Формы контроля освоения дисциплины

Текущая аттестация студентов производится в дискретные временные интервалы лектором и преподавателем(ями), ведущими практические занятия по дисциплине в следующих формах:

вопросы для обсуждения (в виде докладов и сообщений);
контрольные работы;
рефераты;
тесты.

Фонды оценочных средств, включающие типовые задания, контрольные работы, тесты и методы контроля, позволяющие оценить результаты текущей и промежуточной аттестации обучающихся по данной дисциплине, помещаются в приложении к рабочей программе в соответствии с «Положением о фонде оценочных средств».

Промежуточная аттестация по результатам освоения дисциплины проходит в форме устного/письменного зачета (включает в себя ответы на теоретические вопросы и ответы на тестовые задания). Студенты, выполнившие 75% текущих и контрольных мероприятий на «отлично», а остальные 25 % на «хорошо», имеют право на получение итоговой оценки.

В экзаменационную ведомость и зачетную книжку выставляются оценки по шкале, приведенной в таблице.

Шкала оценивания (экзамен)	Характеристика знания предмета и ответов	Зачеты
отлично (5)	Студент глубоко и в полном объеме владеет программным материалом. Грамотно, исчерпывающе и логично его излагает в устной или письменной форме. При этом знает рекомендованную литературу, проявляет творческий подход в ответах на вопросы и правильно обосновывает принятые решения, хорошо владеет умениями и навыками при выполнении практических задач.	зачтено

хорошо (4)	Студент знает программный материал, грамотно и по сути излагает его в устной или письменной форме, допуская незначительные неточности в утверждениях, трактовках, определениях и категориях или незначительное количество ошибок. При этом владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических задач.	
удовлетворительно (3)	Студент знает только основной программный материал, допускает неточности, недостаточно чёткие формулировки, непоследовательность в ответах, излагаемых в устной или письменной форме. При этом недостаточно владеет умениями и навыками при выполнении практических задач. Допускает до 30% ошибок в излагаемых ответах.	
неудовлетворительно (2)	Студент не знает значительной части программного материала. При этом допускает принципиальные ошибки в доказательствах, в трактовке понятий и категорий, проявляет низкую культуру знаний, не владеет основными умениями и навыками при выполнении практических задач. Студент отказывается от ответов на дополнительные вопросы.	не зачтено

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение

а) основная литература:

1. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес моделирования СМИ: учебное пособие для вузов/ В.Л.Иваницкий. - 3-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 239 с.

2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 293 с.

б) дополнительная литература:

1. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. - 2-е изд., испр. и доп. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 507 с.

2. Кириллова, Н. Б. Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации : учебное пособие для вузов / Н. Б. Кириллова. - Москва : Издательство Юрайт, 2022. - 109 с.

3. Назайкин А.Н. Менеджмент рекламы в современных СМИ в интернете, прессе, на телевидении и радио. Издательство Соломон-Прес, 2017. - 352с.

г) интернет-ресурсы:

Министерство образования и науки Российской Федерации – <http://минобрнауки.рф/>

Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки – <http://obrnadzor.gov.ru/>

Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования – <http://fgosvo.ru>

Федеральный портал «Российское образование» – <http://www.edu.ru/>

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» – <http://window.edu.ru/>

Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов – <http://fcior.edu.ru/>

Электронные библиотечные системы и ресурсы

Электронно-библиотечная система «StudMed.ru» – <https://www.studmed.ru>

Федеральный научно-исследовательский социологический центр РАН (Интернет ресурсы) – <https://www.fnisc.ru/eresurs.html>

Официальный сайт журнала «Социологические исследования». – <http://www.isras.ru>

Информационный ресурс библиотеки образовательной организации

Научная библиотека имени А. Н. Коняева – <http://biblio.dahluniver.ru/>

8. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины

Освоение дисциплины «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» предполагает использование академических аудиторий, соответствующих действующим санитарным и противопожарным правилам и нормам.

Прочее: рабочее место преподавателя, оснащенное компьютером с доступом в Интернет.

Программное обеспечение:

Функциональное назначение	Бесплатное программное обеспечение	Ссылки
---------------------------	------------------------------------	--------

Офисный пакет	Libre Office 6.3.1	https://www.libreoffice.org/ https://ru.wikipedia.org/wiki/LibreOffice
Операционная система	UBUNTU 19.04	https://ubuntu.com/ https://ru.wikipedia.org/wiki/Ubuntu
Браузер	Firefox Mozilla	http://www.mozilla.org/ru/firefox/fx
Браузер	Opera	http://www.opera.com
Почтовый клиент	Mozilla Thunderbird	http://www.mozilla.org/ru/thunderbird
Файл-менеджер	Far Manager	http://www.farmanager.com/download.php
Архиватор	7Zip	http://www.7-zip.org/
Графический редактор	GIMP (GNU Image Manipulation Program)	http://www.gimp.org/ http://gimp.ru/viewpage.php?page_id=8 http://ru.wikipedia.org/wiki/GIMP
Редактор PDF	PDFCreator	http://www.pdfforge.org/pdfcreator
Аудиоплеер	VLC	http://www.videolan.org/vlc/