

Минобрнауки России

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Оренбургский государственный университет»

Кафедра журналистики

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

ДИСЦИПЛИНЫ

«Б1.Д.В.Э.7.2 Тенденции развития современного медиарынка»

Уровень высшего образования

БАКАЛАВРИАТ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(код и наименование направления подготовки)

Масс-медиа

(наименование направленности (профиля) образовательной программы)

Квалификация

Бакалавр

Форма обучения

Заочная

Год набора 2021

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры

Кафедра журналистики

наименование кафедры

протокол № _____ от " ____ " _____ 20__ г.

Заведующий кафедрой

Кафедра журналистики

наименование кафедры

подпись

расшифровка подписи

Т.М. Жаглова

Исполнители:

доцент

должность

подпись

расшифровка подписи

И.А. Дымова

должность

подпись

расшифровка подписи

СОГЛАСОВАНО:

Председатель методической комиссии по направлению подготовки

42.03.02 Журналистика

код наименование

личная подпись

расшифровка подписи

Т.М. Жаглова

Заведующий отделом комплектования научной библиотеки

личная подпись

расшифровка подписи

Н.Н. Бигалиева

Уполномоченный по качеству факультета

личная подпись

расшифровка подписи

О.П. Тарасова

№ регистрации _____

© Дымова И.А., 2021
© ОГУ, 2021

1 Цели и задачи освоения дисциплины

Цель (цели) освоения дисциплины:

Формирование у студентов общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ и тенденциях развития современного медиарынка, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития.

Задачи:

- познакомиться со спецификой разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики;
- познакомиться с тенденциями развития современной медиаиндустрии;
- научиться отслеживать тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ;
- научиться разбираться в основных видах медиапредприятий и моделях их развития;
- овладевать навыками участия в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением стратегий развития медиарынка и современных редакционных технологий.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к дисциплинам (модулям) по выбору вариативной части блока Д «Дисциплины (модули)»

Пререквизиты дисциплины: *Б1.Д.Б.13 Основы экономики и финансовой грамотности*

Постреквизиты дисциплины: *Отсутствуют*

3 Требования к результатам обучения по дисциплине

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих результатов обучения

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
ПК*-3 Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК*-3-В-1 Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ ПК*-3-В-2 Участвует в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	<u>Знать:</u> - специфику разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики; - тенденции развития современной медиаиндустрии. <u>Уметь:</u> - отслеживать тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ; - разбираться в основных видах медиапредприятий и моделях их развития.

Код и наименование формируемых компетенций	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине, характеризующие этапы формирования компетенций
		Владеть: навыками участия в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением стратегий развития медиарынка и современных редакционных технологий.

4 Структура и содержание дисциплины

4.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 академических часа).

Вид работы	Трудоемкость, академических часов	
	6 семестр	всего
Общая трудоёмкость	144	144
Контактная работа:	14,25	14,25
Лекции (Л)	6	6
Практические занятия (ПЗ)	8	8
Промежуточная аттестация (зачет, экзамен)	0,25	0,25
Самостоятельная работа: - выполнение тестовых заданий (ТЗ); - подготовка к собеседованию (опросу) (О); - написание реферата (Р); - подготовка и защита презентации (П); - самоподготовка (проработка и повторение лекционного материала и материала учебников и учебных пособий; подготовка к практическим занятиям).	129,75	129,75
Вид итогового контроля (зачет, экзамен, дифференцированный зачет)	зачет	

Разделы дисциплины, изучаемые в 6 семестре

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
1	Становление масс-медиа современной России.	18	1	1		16
2	Основной понятийный аппарат медиаотрасли.	15,5	0,5	1		14

№ раздела	Наименование разделов	Количество часов				
		всего	аудиторная работа			внеауд. работа
			Л	ПЗ	ЛР	
3	Этапы становления печатных СМИ в современной России.	22	1	1		20
4	Этапы становления электронных СМИ в современной России.	22	1	1		20
5	Движущие силы развития медиабизнеса.	21,5	0,5	1		20
6	Концентрация в индустрии СМИ.	22	1	1		20
7	Виды капитала и формы собственности в индустрии СМИ.	23	1	2		20
	Итого:	144	6	8		130

4.2 Содержание разделов дисциплины

Раздел №1 Становление масс-медиа современной России.

1. К социализму с «человеческим лицом». Вестернизация российского общества.
2. Манипуляция общественным сознанием.
3. Падение престижа профессии журналиста.
4. Законы о СМИ. Доктрина информационной безопасности.
5. Закрывание оппозиционных масс-медиа. Решение предпринимателей: масс-медиа – надежный политический капитал.

Раздел №2 Основной понятийный аппарат медиаотрасли.

1. Соотнесение и разграничение понятий «СМИ» и «медиа».
2. Базовые понятия медиарынка: «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта.
3. Основные понятия и характеристики медиаотрасли («концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»).

Раздел №3 Этапы становления печатных СМИ в современной России.

1. 1998 год: масс-медиа в условиях кризиса.
2. Типология печатных изданий.
3. Концентрация издательского бизнеса.
4. Газеты (общероссийские, государственные, негосударственные, отраслевые газеты, массовые и региональные издания, местные газеты, корпоративные издания).
5. Российские журналы.

Раздел №4 Этапы становления электронных СМИ в современной России.

1. Российский радиорынок.
2. Телевидение России. Пиар-деятельность телекомпаний.
3. Интернет-версии СМИ. Характерные черты Интернета. Экономические аспекты интернет-вещания. Сайт как продукт Интернета. Электронные версии масс-медиа.

Раздел №5 Движущие силы развития медиабизнеса.

1. Концентрация и коммерциализация СМИ.
2. Глобализация и локализация медиарынка.
3. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
4. Спрос на сдвоенном рынке СМИ.
5. Процессы коммодификации содержания и аудитории.
6. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе.

Раздел №6 Концентрация в индустрии СМИ.

1. Понятие концентрации в индустрии СМИ.
2. Возникновение процесса концентрации в индустрии СМИ.
3. Концентрация в зарубежной и современной российской индустрии СМИ.
4. Типы концентрации в индустрии СМИ.

Раздел №7 Виды капитала и формы собственности в индустрии СМИ.

1. Государственные СМИ.
2. Коммерческие СМИ.
3. Гибридные формы СМИ.
4. Общественные СМИ.

4.3 Практические занятия (семинары)

№ занятия	№ раздела	Тема	Кол-во часов
1	1-2	Становление масс-медиа современной России. Основной понятийный аппарат медиаотрасли.	2
2	3-4	Этапы становления печатных СМИ в современной России. Этапы становления электронных СМИ в современной России.	2
3	5-6	Движущие силы развития медиабизнеса. Концентрация в индустрии СМИ.	2
4	7	Виды капитала и формы собственности в индустрии СМИ.	2
		Итого:	8

5 Учебно-методическое обеспечение дисциплины

5.1 Основная литература

1. Яковлев, Г.А. Коммерция в средствах массовой информации: Учебное пособие / Г.А. Яковлев. - М.: ИНФРА-М, 2011. - 143 с.: 60x88 1/16. - (Высшее образование). (обложка) ISBN 978-5-16-004439-2 – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=213805>.

2. Романова, Ю.Д. Современные информационно-коммуникационные технологии для успешного ведения бизнеса / Ю.Д. Романова, К.А. Милорадов, Л.П. Дьяконова, Н.А. Женова, Н.А. Рычков. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. – Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=411654>

3. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ / В.Л. Иваницкий. – Москва : Аспект Пресс, 2010. – 255 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104073> (дата обращения: 25.09.2019). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0576-8.

5.2 Дополнительная литература

1. Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - М. : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955>
2. Романов, А.А. Рекламные и PR-технологии масс-медиа / А.А. Романов. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 183 с. - Режим доступа: по подписке. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90761> (дата обращения: 25.09.2019). - ISBN 978-5-374-00394-9.
3. Романов, А.А. Рекламный менеджмент / А.А. Романов, Р.В. Каптюхин. - Москва : Евразийский открытый институт, 2010. - 431 с. - Режим доступа: по подписке. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=90770> (дата обращения: 25.09.2019). - ISBN 978-5-374-00393-2.

5.3 Периодические издания

1. Реклама. Теория и практика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
2. Альма матер (Вестник высшей школы) : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.
3. Вопросы языкознания : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
4. Социологические исследования : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
5. Проблемы теории и практики управления : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2019.
6. Социальная политика и социальное партнерство : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
7. Вопросы психологии : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018, 2019.
8. Общество и экономика : журнал. - М. : Агентство "Роспечать", 2018.

5.4 Интернет-ресурсы

1. Вестник Московского университета - <http://www.journ.msu.ru/science/pub/msu-bulletin/>
2. Энциклопедический словарь журналиста/- <http://www.tuj.tj/encyclopedia.htm>
3. Сайт журнала «Журналист»/- www.journalist-virt.ru
4. Каталог статей и учебных пособий «JourClab», предназначенных для помощи студентам.- <http://www.jourclab.ru>
5. Порталус – крупнейшая онлайн-база авторских научных публикаций в России – <http://www.portalus.ru>
6. «Медиалогия» (www.medialogia.ru)
7. «Интегрум» (www.integrum.ru)
8. «Регнум» (www.regnum.ru).
9. <https://openedu.ru/> - «Открытое образование»; Курс «Язык современной рекламы и СМИ»<https://openedu.ru/course/spbu/LNGADV/>
10. <https://www.lektorium.tv/> - «Лекториум». Курс «Основы успешного делового общения» <https://www.lektorium.tv/mooc2/32867>

5.5 Программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Лицензионное программное обеспечение

1. Операционная система Microsoft Windows.
2. Пакет настольных приложений Microsoft Office (Word, PowerPoint).
3. Издательская система для верстки и предпечатной подготовки разных публикаций Adobe PageMaker 7.0.2

Свободное программное обеспечение

4. Служебное и офисное ПО:

- свободный пакет офисных приложений Apache OpenOffice. Предоставляется по лицензии Apache License 2.0. Разработчик: Apache Software Foundation. Режим доступа: <http://www.openoffice.org/ru/>.

- кроссплатформенный, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом LibreOffice. Предоставляется по лицензии LGPLv3 и Mozilla Public License. Разработчик: The Document Foundation. Режим доступа: <https://www.libreoffice.org/>.

- бесплатное средство просмотра файлов PDF Adobe Reader. Доступна бесплатно после принятия условий лицензионного соглашения на ПО Adobe. Разработчик: Adobe Systems. Режим доступа: <https://get.adobe.com/ru/reader/>.

- свободный файловый архиватор 7-Zip. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Игорь Павлов. Режим доступа: <http://www.7-zip.org/>.

- Антивирусное ПО Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition [2017–2019].

Графические редакторы, издательские системы:

- свободный, профессиональный пакет для создания трёхмерной компьютерной графики Blender. Предоставляется по лицензии GNU LGPL. Разработчик: Blender Foundation. Режим доступа: <https://www.blender.org/download/>.

- свободно распространяемый растровый графический редактор GIMP (GNU Image Manipulation Program). Предоставляется по лицензии GNU LGPLv3. Авторы: Питер Маттис и Спенсер Кимбелл. Разработчики: GNOME Foundation. Режим доступа: <https://www.gimp.org/downloads/>

Базы данных:

- Pro Quest Dissertations&ThesesA&I [Электронный ресурс] : база данных диссертаций. – Режим доступа : <https://search.proquest.com/> в локальной сети ОГУ

- SCOPUS [Электронный ресурс] : реферативная база данных / компания Elsevier. – Режим доступа: <https://www.scopus.com/> в локальной сети ОГУ.

- Web of Science [Электронный ресурс]: реферативная база данных / компания Clarivate Analytics. – Режим доступа : <http://apps.webofknowledge.com/> в локальной сети ОГУ.

6 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа, для проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации.

Аудитории оснащены комплектами ученической мебели, техническими средствами обучения, мультимедийным проектором, доской, экраном, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой, подключенной к сети «Интернет», и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду ОГУ.