МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ,
МИНИСТЕРСТВО НАУКИ, ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ И ИННОВАЦИЙ
КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКИ

МОО ВО Кыргызско-Российский Славянский университет
имени первого Президента Российской Федерации Б.Н. Ельцина

УТВЕРЖДАЮ

Директор Социо-гуманитарного
Института
Голобородько И.Л.
03.09.2026 г.

Экономика и менеджмент в СМИ

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Высшая школа Коммуникаций и медиа**

Учебный план b420302_26_1 жур.plx
Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"

Квалификация **бакалавр**
Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **3 ЗЕТ**
Часов по учебному плану 108
в том числе:
аудиторные занятия 32
самостоятельная работа 49

Виды контроля в семестрах:
экзамен 7

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	7 (4.1)		Итого	
Недель	17			
Вид занятий	УП	РП	УП	РП
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Контактная работа в период экзаменационной сессии	0,3	0,3	0,3	0,3
В том числе инт.	4	4	4	4
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32,3	32,3	32,3	32,3
Сам. работа	49	49	49	49
Часы на контроль	26,7	26,7	26,7	26,7
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.и.н., Зайнулин Рашид Шамильевич _____

Рецензент(ы):
д.и.н., Прохорова Наталья Александровна _____

Согласовано РОП:
_____

Рабочая программа дисциплины
Экономика и менеджмент в СМИ

разработана в соответствии с ФГОС 3++:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 524)

составлена на основании учебного плана:

Направление 42.03.02 - РФ, 530600-КР Журналистика
Профиль "Международная журналистика"
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2026 протокол № 11.

Рабочая программа одобрена на заседании _____

Протокол от 02.09.2026 г. № 1
Срок действия программы: 2026-2031 уч.г.
Руководитель подразделения: Джунушалиева Гульмира Дженишевна

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ
к рабочей программе дисциплины (модуля)

Экономика и менеджмент в СМИ

наименование дисциплины

№ п/п	Основание внесения изменения	Раздел/ пункт	Содержание изменения
1.			
2.			
3.			
4.			
5.			

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ	
1.1	Формирование системного понимания экономических основ функционирования средств массовой информации, их роли в медиарынке и взаимосвязи с другими секторами экономики.
1.2	Развитие знаний о бизнес-моделях медиакомпаний, источниках доходов, принципах финансового планирования и бюджетирования.
1.3	Овладение методами анализа экономических показателей медиапроектов, оценки эффективности рекламных кампаний и медиастратегий.
1.4	Формирование навыков управления медиапроектами, включая планирование, организацию работы редакции, маркетинг и брендинг.
1.5	Освоение современных информационных технологий, применяемых для анализа данных, визуализации, автоматизации процессов и управления контентом.
1.6	Развитие способности принимать обоснованные экономические решения в медиасфере с учетом правовых и этических норм.
1.7	Подготовка к профессиональной деятельности в условиях цифровизации, глобальных экономических тенденций и высокой конкуренции на медиарынке.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ООП	
Цикл (раздел) ООП:	Б1.О
2.1	**Требования к предварительной подготовке обучающегося:**
2.1.1	Для успешного освоения дисциплины студент должен обладать следующими знаниями и навыками:
2.1.2	По курсу «Всеобщая история»
2.1.3	Понимание исторических этапов развития общества, государства и средств массовой информации.
2.1.4	Знание ключевых социальных и политических процессов, влияющих на формирование медиасистем.
2.1.5	Умение анализировать исторические предпосылки развития медиа и их роль в общественной жизни.
2.1.6	По курсу «Общая экономика»
2.1.7	Знание базовых экономических категорий: спрос, предложение, рынок, конкуренция, цена, себестоимость.
2.1.8	Понимание принципов функционирования рыночной экономики и роли СМИ как экономического субъекта.
2.1.9	Навыки работы с простыми экономическими расчетами (рентабельность, прибыль, расходы).
2.1.10	По курсу «Международные экономические отношения»
2.1.11	Знание основных механизмов мировой экономики, международной торговли и инвестиций.
2.1.12	Понимание влияния глобализации и цифровизации на медиарынок.
2.1.13	Умение анализировать экономические процессы в международном контексте и их отражение в медиа.
2.2	**Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:**
2.2.1	Дисциплина направлена на изучение роли средств массовой информации в формировании международной повестки и освещении глобальных политических процессов. Освоение курса «Экономика и менеджмент в СМИ» необходимо для понимания экономических факторов, влияющих на работу медиа в международной среде, а также для анализа взаимосвязи экономических интересов и информационной политики.
2.2.2	Практико-ориентированный курс, посвящённый подготовке журналистов к работе с экономическими темами. Знания, полученные в дисциплине «Экономика и менеджмент в СМИ», обеспечивают понимание структуры медиарынка, принципов финансового анализа и управления медиапроектами, что является базой для качественной экономической журналистики.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
УК-9: Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	
Знать:	
Уровень 1	Основные экономические термины и понятия (затраты, доходы, прибыль, рентабельность). Общие принципы менеджмента и экономической деятельности в СМИ.
Уровень 2	Методы анализа экономической информации, применимые к медиаиндустрии. Основы ценообразования и бюджетирования в СМИ.
Уровень 3	Стратегические подходы к управлению экономическими ресурсами в медиакомпаниях. Механизмы влияния экономических решений на развитие отрасли и конкурентоспособность СМИ.
Уметь:	
Уровень 1	Рассчитывать простые экономические показатели (себестоимость, прибыль). Составлять элементарный бюджет проекта в СМИ.
Уровень 2	Применять методы анализа для оценки эффективности медийных проектов. Обосновывать выбор экономических решений на основе данных.

Уровень 3	Разрабатывать экономически обоснованные стратегии развития медиаорганизации. Использовать аналитические инструменты для прогнозирования финансовых результатов.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками работы с простыми расчетными таблицами и базовыми экономическими моделями.
Уровень 2	Инструментами анализа экономических показателей и подготовки отчетности для СМИ.
Уровень 3	Комплексными методами экономического планирования и управления ресурсами в медиабизнесе. Технологиями принятия решений с учетом рисков и рыночных тенденций.

ОПК-2: Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	
Знать:	
Уровень 1	Основные понятия о структуре и функциях общественных и государственных институтов. Роль СМИ в освещении деятельности институтов.
Уровень 2	Основные тенденции развития государственных и общественных институтов в современном обществе. Нормативно-правовые основы взаимодействия СМИ с государственными структурами.
Уровень 3	Механизмы влияния социальных и политических процессов на медиаконтент. Стратегии формирования общественного мнения через медиатексты.
Уметь:	
Уровень 1	Находить и использовать достоверную информацию о деятельности государственных и общественных институтов. Применять базовые принципы объективного освещения событий.
Уровень 2	Анализировать тенденции развития институтов и отражать их в медиатекстах. Сопоставлять факты и формировать сбалансированные материалы.
Уровень 3	Разрабатывать медиапродукты, учитывающие социально-политический контекст и долгосрочные тенденции. Применять аналитические подходы для прогнозирования влияния событий на общественное мнение.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками поиска и проверки информации из открытых источников.
Уровень 2	Техниками анализа и интерпретации данных о деятельности институтов. Инструментами подготовки медиатекстов с учетом актуальных тенденций.
Уровень 3	Комплексными методами интеграции аналитики и прогнозов в медиапродукты. Технологиями создания контента, формирующего объективное и многогранное представление о социальных процессах.

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	
Знать:	
Уровень 1	Основные понятия медиакоммуникационных систем и их структуры. Базовые правовые и этические нормы регулирования медиа.
Уровень 2	Тенденции развития медиакоммуникационных систем на региональном и национальном уровне. Политические и экономические механизмы функционирования медиаиндустрии.
Уровень 3	Глобальные тренды медиакоммуникаций и их влияние на локальные рынки. Стратегии адаптации медиапродуктов к изменениям в правовом и экономическом регулировании.
Уметь:	
Уровень 1	Определять ключевые характеристики медиакоммуникационной системы региона. Применять базовые правовые нормы при подготовке медиаконтента.
Уровень 2	Анализировать влияние политических и экономических факторов на медиакоммуникации. Учитывать региональные и национальные тенденции при создании медиапродуктов.
Уровень 3	Разрабатывать медиастратегии с учетом глобальных трендов и локальных особенностей. Прогнозировать изменения в медиакоммуникационной среде и адаптировать контент.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками поиска информации о медиакоммуникационных системах и их регулировании.

Уровень 2	Инструментами анализа политических, экономических и правовых факторов в медиа. Техниками интеграции актуальных тенденций в медиапродукты.
Уровень 3	Комплексными методами стратегического планирования медиаконтента с учетом глобальных и локальных трендов. Технологиями мониторинга и прогнозирования развития медиакоммуникационных систем.

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности	
Знать:	
Уровень 1	Основные понятия информационных технологий (ИТ), их виды и назначение. Базовые принципы работы компьютерных систем и сетей.
Уровень 2	Основы функционирования современных программных платформ и инструментов для медиа. Принципы защиты информации и этические нормы использования ИТ.
Уровень 3	Технологические тренды в области ИТ, применимые к медиакоммуникациям. Архитектуру и принципы работы комплексных информационных систем и облачных сервисов.
Уметь:	
Уровень 1	Использовать стандартные офисные и мультимедийные приложения для решения рабочих задач. Работать с базовыми инструментами поиска и обработки информации.
Уровень 2	Применять специализированные программы для создания и редактирования медиаконтента. Настраивать и использовать облачные сервисы для совместной работы.
Уровень 3	Интегрировать современные ИТ-решения в профессиональные процессы (CMS, аналитические платформы). Автоматизировать отдельные этапы работы с контентом с помощью ИТ-инструментов.
Владеть:	
Уровень 1	Навыками работы с базовыми ИТ-инструментами (текстовые редакторы, презентации, электронные таблицы).
Уровень 2	Техниками использования облачных и сетевых сервисов для хранения и обмена данными. Инструментами обработки мультимедиа и подготовки материалов для публикации.
Уровень 3	Комплексными методами применения ИТ для управления медиапроектами и анализа данных. Технологиями интеграции ИТ в стратегические задачи медиакоммуникаций.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1	**Знать:**
3.1.1	Основы экономики и менеджмента, применимые к медиасфере: экономические категории, принципы управления ресурсами, методы анализа эффективности.
3.1.2	Тенденции развития общественных и государственных институтов, их влияние на медиаконтент.
3.1.3	Структуру и динамику медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, а также политические, экономические, правовые и этические механизмы их регулирования.
3.1.4	Принципы работы современных информационных технологий, их роль в медиапроизводстве и коммуникациях.
3.2	**Уметь:**
3.2.1	Принимать обоснованные экономические решения для медиапроектов, анализировать их эффективность.
3.2.2	Учитывать социально-политический контекст и тенденции развития институтов при создании медиатекстов и продуктов.
3.2.3	Анализировать медиакоммуникационную среду, прогнозировать изменения и адаптировать стратегии.
3.2.4	Использовать современные информационные технологии для решения профессиональных задач: создание, обработка и распространение медиаконтента, организация совместной работы.
3.3	**Владеть:**
3.3.1	Навыками экономического анализа и планирования в медиасфере.
3.3.2	Техниками подготовки медиапродуктов с учетом общественных, политических и экономических тенденций.
3.3.3	Методами стратегического управления медиакоммуникациями и интеграции правовых и этических норм в профессиональную деятельность.
3.3.4	Инструментами современных ИТ для автоматизации процессов, анализа данных и управления медиапроектами.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетен-ции	Литература	Инте ракт.	Пр. подг.	Примечание
	Раздел 1. Экономические основы медиасферы и управление ресурсами							

1.1	Экономическая система СМИ: структура и особенности. /Лек/	7	1		Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.7 Л1.8 Л1.9 Л1.10 Л1.11 Л1.12Л2.1 Л2.2			
1.2	Основные экономические категории: затраты, доходы, прибыль. /Лек/	7	2		Л1.6Л3.1			
1.3	Семинар 1: Расчет себестоимости и прибыли медиапроекта. /Пр/	7	4					
1.4	Подготовка аналитического отчета по экономике выбранного медиапроекта. /Ср/	7	10					
1.5	Экономические риски и методы их минимизации. /Лек/	7	2					
1.6	Анализ эффективности медиапродуктов. /Лек/	7	1					
1.7	Семинар 2: Обоснование экономических решений на основе анализа данных. /Пр/	7	4			2		
1.8	Решение кейсов по оптимизации бюджета и управлению затратами. /Ср/	7	10					
	Раздел 2. Менеджмент, медиакоммуникации и информационные технологии							
2.1	Основы менеджмента в СМИ: функции и принципы. /Лек/	7	2					
2.2	Тенденции развития медиакоммуникационных систем (регион, страна, мир). /Лек/	7	2					
2.3	Семинар 1: Анализ медиакоммуникационной среды и прогнозирование тенденций. /Пр/	7	4					
2.4	Правовые и этические нормы в медиасфере. /Лек/	7	2					
2.5	Современные информационные технологии в медиа: принципы работы. /Лек/	7	2					
2.6	Интеграция ИТ в управление медиапроектами. /Лек/	7	2					
2.7	Семинар 2: Практика использования ИТ-инструментов для медиапроизводства. /Пр/	7	4			2		

2.8	Подготовка медиастратегии с учетом глобальных и локальных трендов. /Ср/	7	29					
2.9	/КрЭк/	7	0,3					
2.10	/Экзамен/	7	26,7					

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

5.1. Контрольные вопросы и задания

Контрольные вопросы и задания для текущего контроля
Раздел 1. Экономические основы медиасферы и управление ресурсами
Вопросы:
Дайте определение экономической системе СМИ.
Какие виды затрат характерны для медиапроизводства?
Что такое рентабельность и как она рассчитывается?
Назовите основные источники доходов медиакомпаний.
Какие факторы влияют на формирование бюджета медиапроекта?
Объясните понятие «экономический риск» и приведите примеры для медиа.
Какие методы анализа эффективности медиапродуктов применяются на практике?
Как взаимосвязаны себестоимость и ценообразование?
Задания:
Рассчитать себестоимость медиапродукта по предложенным данным.
Составить бюджет медиапроекта с учетом фиксированных и переменных затрат.
Проанализировать кейс: оптимизация расходов при снижении доходов.
Сравнить два медиапроекта по показателям рентабельности и сделать вывод.
Раздел 2. Менеджмент, медиакоммуникации и информационные технологии
Вопросы:
Какие функции менеджмента реализуются в медиакомпаниях?
Назовите ключевые тенденции развития медиакоммуникационных систем в мире.
Какие политические механизмы влияют на работу СМИ?
Какие экономические факторы определяют развитие медиарынка?
Какие правовые нормы регулируют деятельность СМИ?
Какие этические принципы необходимо соблюдать при создании медиаконтента?
Какие современные ИТ применяются в медиапроизводстве?
Как облачные технологии используются для организации совместной работы?
Что такое CMS и как она применяется в медиа?
Задания:
Проанализировать медиакоммуникационную среду региона и выявить актуальные тенденции.
Разработать медиастратегию для проекта с учетом глобальных трендов.
Выполнить практическое задание: использование ИТ-инструмента (например, облачного сервиса) для подготовки медиаконтента.
Составить схему взаимодействия медиакоммуникационных систем на разных уровнях (регион, страна, мир).
Промежуточная аттестация (итоговая проверка)
Форма: тест + письменный анализ + практическое задание + устный опрос.
Пример тестовых вопросов:
Что является основным источником дохода медиакомпаний?
Какой показатель характеризует эффективность медиапроекта?
CMS — это:
а) система управления контентом
б) система маркетингового анализа
в) система мониторинга
Какие из перечисленных относятся к этическим нормам в СМИ?
Письменный анализ:
Обоснуйте выбор экономической стратегии для медиапроекта в условиях ограниченного бюджета.
Проанализируйте влияние политических и экономических факторов на медиакоммуникационную систему страны.
Практическое задание:
Разработать краткий бизнес-план медиапроекта (цель, бюджет, прогноз доходов, риски).
Подготовить медиатекст или медиапродукт с учетом анализа тенденций развития общественных институтов и медиакоммуникационной среды.
Создать схему интеграции ИТ в управление медиапроектом.

5.2. Темы курсовых работ (проектов)

5.3. Фонд оценочных средств

1. Формы контроля
Текущий контроль:

Устный опрос на лекциях и семинарах.
Тестирование по разделам.
Проверка СРС (аналитические отчёты, кейсы, практические задания).
Промежуточная аттестация:
Итоговый тест (теория + практика).
Письменная работа (анализ кейса, бизнес-план медиапроекта).
Устный экзамен (ответы на контрольные вопросы).
2. Контрольные вопросы (примерный перечень)
По разделу 1. Экономические основы медиасферы
Экономическая система СМИ: структура и особенности.
Основные экономические категории: затраты, доходы, прибыль.
Методы расчета себестоимости медиапродукта.
Принципы бюджетирования медиапроектов.
Ценообразование в медиаиндустрии.
Показатели рентабельности и эффективности.
Экономические риски медиабизнеса и способы их минимизации.
По разделу 2. Менеджмент, медиакоммуникации и ИТ
Функции менеджмента в медиакомпаниях.
Тенденции развития медиакоммуникационных систем.
Политические и экономические механизмы регулирования медиа.
Правовые и этические нормы в медиасфере.
Современные информационные технологии в медиа.
Применение облачных сервисов и CMS в медиапроизводстве.
Интеграция ИТ в управление медиапроектами.
3. Задания для текущего контроля
Практические кейсы:
Рассчитать себестоимость медиапроекта по исходным данным.
Составить бюджет медиапроекта с учетом фиксированных и переменных затрат.
Разработать медиастратегию с учетом глобальных и локальных трендов.
Выполнить задание по применению ИТ-инструмента (CMS, облачные сервисы).
СРС:
Аналитический отчет по экономике выбранного медиапроекта.
Подготовка медиатекста с учетом тенденций развития общественных институтов.
Схема медиакоммуникационной системы региона.
4. Задания для промежуточной аттестации
Тест (пример):
Что является основным источником дохода медиакомпаний?
CMS — это:
а) система управления контентом
б) система маркетингового анализа
в) система мониторинга
Какие показатели характеризуют эффективность медиапроекта?
Письменная работа:
Разработать бизнес-план медиапроекта (цель, бюджет, прогноз доходов, риски).
Проанализировать влияние политических и экономических факторов на медиакоммуникационную систему страны.
Практическое задание:
Создать медиапродукт с учетом анализа тенденций развития общественных институтов и медиакоммуникационной среды.
Разработать схему интеграции ИТ в управление медиапроектом.

5.4. Перечень видов оценочных средств

1. Текущий контроль
Устный опрос на лекциях и семинарах (проверка понимания ключевых понятий и теории).
Тестирование по разделам (закрытые и открытые вопросы).
Решение практических задач и кейсов:
Расчет себестоимости медиапроекта.
Составление бюджета медиапроекта.
Анализ экономических показателей эффективности.
Аналитические задания:
Подготовка отчета по экономике медиапроекта.
Анализ медиакоммуникационной среды региона.
СРС (самостоятельная работа):
Разработка медиастратегии с учетом тенденций.
Выполнение практического задания по применению ИТ-инструментов.
2. Промежуточная аттестация
Итоговый тест (20–30 вопросов по теории и практике).
Письменная работа:
Бизнес-план медиапроекта (цель, бюджет, прогноз доходов, риски).
Анализ влияния политических и экономических факторов на медиакоммуникационную систему.

Практическое задание:
Создание медиапродукта с учетом анализа тенденций развития общественных институтов.
Разработка схемы интеграции ИТ в управление медиапроектом.
Устный экзамен:
Ответы на контрольные вопросы по всем разделам дисциплины.
3. Формы оценивания
Тесты (с автоматизированной проверкой).
Оценка письменных работ по критериям: полнота раскрытия темы; обоснованность решений; использование аналитических инструментов.
Оценка практических заданий: корректность расчетов; логичность структуры медиастратегии; применение ИТ-инструментов.
Оценка устных ответов: точность терминологии; аргументированность позиции; умение применять знания на практике.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Э.А. Уткин	Курс менеджмента: Учебник для вузов	Москва .: Зерцало 1998
Л1.2	Е. С. Акопова, О. Н. Воронкова, Н.Н. Гаврилко	Мировая экономика и международные экономические отношения: Учебное пособие	Ростов на Дону.: Феникс 2001
Л1.3	Т. Грис, А.И. Леусский, Е.С. Лозовская	Мировая экономика: Учебник	Санкт-Петербург.: Питер 2001
Л1.4	В.Р. Веснин	Основы менеджмента с приложением схем: Учебник	Москва .: Т.Д. "Элит-2000" 2002
Л1.5	Ф. Котлер; Пер. с англ. под ред. Ю.Н. Каптуревского	Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс	Санкт-Петербург.: Питер 2002
Л1.6	Сост. Н.С. Аттокурова	Методические указания по написанию дипломных работ для студентов, обучающихся по специальности "Мировая экономика"	Бишкек.: Изд-во КРСУ 2004
Л1.7	А.К. Семенов, В.И. Набоков	Терминология менеджмента: Словарь	Москва .: Издательско-книготорговый центр "Маркетинг" 2002
Л1.8	Под ред. О.И. Волкова, О.В. Девяткина	Экономика предприятия (фирмы): Учебник	Москва .: ИНФРА-М 2004
Л1.9	О.И. Волков, В.К. Скляренко	Экономика предприятия: Курс лекций	Москва .: ИНФРА-М 2005
Л1.10	Евстафьев В.А., Ясонов В.Н.	Введение в медиапланирование: Учебное пособие	Москва: РИП-Холдинг 1998
Л1.11	Рязанов Ю., Шматов Г.	Медиапланирование: Учебное пособие	Екатеринбург 2002
Л1.12	Бузин В.Н., Бузина Т.С.	Медиапланирование для практиков: Учебное пособие	М.: Вершина 2006

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л2.1	Т.А. Агапова, С.Ф. Серегина; Под общ. ред. А.В. Сидоровича	Макроэкономика: Учебник	Москва .: Дело и Сервис 2001
Л2.2	В.И. Кумсков; Кыргызско-Российский Славянский университет	Отраженная экономика или экономика в денежно-финансовом свете	Бишкек.: Илим 2005

6.1.3. Методические разработки

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л3.1	О.Г. Григор	Макроэкономика: Методическое пособие	2002

6.3. Перечень информационных и образовательных технологий

6.3.1 Компетентностно-ориентированные образовательные технологии

6.3.1.1	Для формирования и развития компетенций (УК-9, ОПК-2, ОПК-5, ОПК-6) в рамках дисциплины используются следующие образовательные технологии:
6.3.1.2	1. Интерактивные лекции
6.3.1.3	Применение мультимедийных презентаций, инфографики, кейсов из медиапрактики.
6.3.1.4	Обсуждение актуальных экономических и управленческих проблем в медиаиндустрии.
6.3.1.5	Использование вопросов для стимулирования критического мышления.
6.3.1.6	2. Семинарские занятия с элементами проблемного обучения
6.3.1.7	Анализ реальных ситуаций (кейсов) из медиабизнеса.
6.3.1.8	Дискуссии по вопросам экономических решений, менеджмента и этики.
6.3.1.9	Ролевые игры: моделирование работы медиакомпании, принятие управленческих решений.
6.3.1.10	3. Проектная деятельность
6.3.1.11	Разработка бизнес-плана медиапроекта.
6.3.1.12	Создание медиастратегии с учетом экономических, политических и технологических факторов.
6.3.1.13	Применение ИТ-инструментов (CMS, облачные сервисы) для реализации проекта.
6.3.1.14	4. Использование цифровых образовательных ресурсов
6.3.1.15	Онлайн-платформы для тестирования и контроля знаний.
6.3.1.16	Электронные кейсы и базы данных для анализа медиарынка.
6.3.1.17	Виртуальные симуляторы для управления медиапроектами.
6.3.1.18	5. Самостоятельная работа студентов (СРС)
6.3.1.19	Подготовка аналитических отчетов по экономике медиапроектов.
6.3.1.20	Исследование тенденций развития медиакоммуникационных систем.
6.3.1.21	Практические задания по применению ИТ в медиапроизводстве.
6.3.1.22	6. Технологии развития критического и системного мышления
6.3.1.23	SWOT-анализ медиакомпаний.
6.3.1.24	Сравнительный анализ экономических стратегий.
6.3.1.25	Прогнозирование тенденций медиарынка.
6.3.2 Перечень информационных справочных систем и программного обеспечения	
6.3.2.1	Для обеспечения учебного процесса и формирования компетенций используются следующие информационные ресурсы и программные продукты:
6.3.2.2	Информационно-справочные системы:
6.3.2.3	КонсультантПлюс, Гарант – правовые базы данных для изучения нормативно-правового регулирования СМИ.
6.3.2.4	Росстат, Нацстатком КР – статистические базы данных для анализа экономических показателей.
6.3.2.5	Медиалогия, Brand Analytics – системы мониторинга медиаконтента и анализа информационного поля.
6.3.2.6	World Bank Data, OECD Data – международные базы данных для изучения экономических тенденций.
6.3.2.7	Программное обеспечение:
6.3.2.8	Microsoft Office (Excel, Word, PowerPoint) – для расчетов, подготовки отчетов и презентаций.
6.3.2.9	Google Workspace (Docs, Sheets, Slides) – для совместной работы и облачного хранения данных.
6.3.2.10	CMS (WordPress, Joomla) – для практики управления медиаконтентом.
6.3.2.11	Adobe Creative Clond (Photoshop, Premiere Pro) – для создания и обработки медиапродуктов.

6.3.2.12	SPSS, R, Python (pandas, matplotlib) – для анализа данных и визуализации.
6.3.2.13	Trello, Asana – для управления проектами и планирования медиастратегий.
6.3.2.14	Zoom, Microsoft Teams – для проведения онлайн-занятий и совместной работы.

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)	
7.1	Для реализации образовательного процесса по дисциплине используются следующие ресурсы:
7.2	1. Учебные аудитории
7.3	Оснащенные мультимедийным проектором, экраном и акустической системой.
7.4	Компьютер преподавателя с доступом в интернет.
7.5	Доска (маркерная или интерактивная).
7.6	2. Компьютерные классы
7.7	Персональные компьютеры для студентов (не менее 1 ПК на 1 студента).
7.8	Подключение к сети Интернет.
7.9	Установленное программное обеспечение:
7.10	Microsoft Office (Word, Excel, PowerPoint).
7.11	Google Workspace (доступ через браузер).
7.12	CMS (WordPress, Joomla) для практических занятий.
7.13	Adobe Creative Cloud (Photoshop, Premiere Pro) для работы с медиаконтентом.
7.14	SPSS, R, Python для анализа данных.
7.15	Trello, Asana для управления проектами.
7.16	3. Лабораторное оборудование
7.17	Рабочие станции с графическими редакторами.
7.18	Видеокамеры и фотоаппараты для создания медиаконтента.
7.19	Микрофоны и аудиотехника для записи звука.
7.20	4. Средства связи и коммуникации
7.21	Доступ к платформам для онлайн-обучения (Zoom, Microsoft Teams).
7.22	Электронная образовательная среда университета (LMS).
7.23	5. Информационно-справочные ресурсы
7.24	Правовые базы данных (КонсультантПлюс, Гарант).
7.25	Статистические ресурсы (Росстат, Нацстатком КР, международные базы данных).
7.26	Системы мониторинга медиа (Медиалогия, Brand Analytics).

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

1. Цели и результаты обучения
Цель дисциплины — сформировать у обучающихся компетенции для принятия экономически обоснованных решений в медиасфере, учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов, ориентироваться в медиакоммуникационных системах разных уровней и эффективно использовать современные ИТ в профессиональной деятельности.
Планируемые результаты (Знать–Уметь–Владеть):
Знать: основы экономики и менеджмента в медиа; принципы регулирования и этики; тенденции медиакоммуникаций; базовые принципы работы ИТ в медиа.
Уметь: рассчитывать экономические показатели медиапроектов; анализировать среду и тенденции; применять ИТ для создания/управления контентом; аргументировать управленческие решения.
Владеть: навыками экономического анализа и планирования; методами подготовки медиапродуктов с учетом контекста; инструментами ИТ и проектного управления.
2. Организация учебного процесса
Структура дисциплины: 2 раздела, по 6 лекций, 2 семинара и СРС к каждому разделу.
Формы занятий: интерактивные лекции, кейс-семинары, проектные задания, работа в цифровых средах (CMS, облачные сервисы).
Текущий контроль: тесты, мини-эссе/аналитические записки, расчетные задания, презентации кейсов.
Промежуточная аттестация: итоговый тест, письменная работа (бизнес-план/кейс-анализ), устный опрос/экзамен, защита проектного задания.
3. Рекомендуемая траектория освоения дисциплины
До начала раздела: ознакомиться с рабочей программой, перечнем источников и ПО; настроить доступ к LMS/облачным сервисам.
На лекциях: фиксировать ключевые понятия, примеры, формулы; отмечать вопросы для обсуждения на семинарах.

На семинарах: решать кейсы и расчетные задачи, обсуждать управленческие решения и этические аспекты; демонстрировать промежуточные результаты СРС.
СРС регулярно: 2–3 часа в неделю — чтение, работа с данными, подготовка мини-отчетов/таблиц/визуализаций.
Проект: выбрать тему медиапроекта (или кейса) на 2–3 неделе; согласовать план; вести журнал прогресса; представить итог на 12–14 неделе.
Подготовка к аттестации: повтор формул и понятий; перечитывание кейсов; финализация отчетов; тренировка устных ответов.
4. Самостоятельная работа (СРС): виды и требования
Аналитический отчёт (8–12 стр.): цель, метод, источники, расчёты (Excel), выводы, риски и рекомендации.
Кейс-решение (4–6 стр.): постановка задачи, альтернативы, расчёты/метрики (рентабельность, маржинальность), обоснование выбора.
Медиастратегия (презентация 10–12 слайдов): рынок/тенденции, сегменты аудитории, позиционирование, бюджет, KPI, риски.
ИТ-практикум (скринкаст/отчет 3–5 стр.): постановка задачи (CMS/облако/аналитика), шаги, результат, проблемные точки, рекомендации.
Мини-исследование институциональных тенденций (6–8 стр.): источники, тенденции, влияние на контент/форматы, этические аспекты.
Оформление СРС:
Текст: шрифт 12–14, интервал 1–1,5; структура: титул, оглавление, ввод, основная часть, выводы, список источников.
Таблицы/рисунки: нумерация и подписи; ссылки в тексте.
Ссылки: ГОСТ/APA/Chicago — единый стиль по указанию кафедры; обязательное цитирование источников.
5. Методические рекомендации по ключевым темам
5.1. Экономика медиапроектов
Минимальный набор метрик: выручка, средний доход на единицу продукта/пользователя, прямые/косвенные затраты, маржа, точка безубыточности, ROI.
Подход к расчетам: отличайте фиксированные и переменные затраты; применяйте сценарный анализ (базовый/оптимистичный/пессимистичный); визуализируйте результаты.
5.2. Менеджмент и принятие решений
Инструменты: SWOT, PESTEL, 5 сил Портера, канва бизнес-модели (BMC), KPI для контента/дистрибуции/монетизации.
Практика: формулируйте гипотезы и критерия успеха; делайте пилоты; проводите ретроспективы.
5.3. Медиакоммуникационные системы и регулирование
Фокус: региональные/национальные/глобальные тенденции; политика, экономика, право, этика; влияние на форматы и монетизацию.
Рекомендация: сопоставляйте тенденции с целевой аудиторией и каналами; фиксируйте риски комплаенса.
5.4. ИТ в медиа
Базовый набор: Office/Google, CMS (WordPress/Joomla), облака (Drive/OneDrive), аналитика (Excel/Power BI/R), мультимедиа (Photoshop/Premiere).
Практика: ведите чек-листы по настройке инструментов; автоматизируйте шаблонные процессы (шаблоны таблиц/отчетов, макросы, интеграции).
6. Типовые ошибки и как их избежать
Нет разграничения затрат → всегда разделяйте фиксированные и переменные.
Отсутствие источников данных → каждый вывод должен иметь источник.
Слабая связка «тенденция → решение» → показывайте причинно-следственные связи.
Игнорирование этики/права → проверяйте правовые ограничения и редакционные стандарты.
ИТ без цели → инструмент под задачу; фиксируйте метрику результата.
7. Критерии оценивания (как получить высокий балл)
Теория: корректное владение понятиями; точная терминология; логика изложения.
Расчеты: точность, прозрачность методики, корректность визуализации.
Аналитика: релевантность источников, работа с тенденциями, выводы и рекомендации.
Практика/проект: реализуемость, связь с целевой аудиторией и рынком, учет рисков/регулирования, применение ИТ.
Коммуникация: структура, аргументация, оформление, соблюдение дедлайнов.
8. Академическая добросовестность
Самостоятельность: индивидуальные задания — индивидуальны; проектные — с разделением ролей.
Цитирование: любые данные/графики/тезисы — со ссылками.
Проверка на заимствования: допускается только в пределах норм кафедры; превышение — коррекция или пересдача.
Использование ИИ-инструментов: допустимо для черновиков и структурирования, но решения/расчеты/выводы — ваши; указывайте факт использования.
9. Коммуникация и обратная связь
Каналы: LMS, электронная почта, Teams/Zoom по расписанию.
Формат запросов: тема, краткая суть, приложенные материалы/вопросы, желаемый срок ответа.
Обратная связь: даётся в течение 3–5 рабочих дней; включает замечания по содержанию, методике, оформлению.
10. График работы и дедлайны (пример)
Недели 1–2: выбор темы проекта, согласование плана СРС.
Недели 3–6: выполнение СРС по разделу 1, промежуточный тест.
Недели 7–10: СРС по разделу 2, ИТ-практикум, семинарские защиты.
Недели 11–13: финализация проекта, риджекция замечаний, подготовка к аттестации.
Неделя 14: итоговый тест, защита проекта, устный опрос/экзамен.
11. Мини-шаблоны (для удобства)

11.1. Шаблон аналитического отчёта
Титул → Аннотация → Введение (цель/метод) → Источники данных → Аналитическая часть (таблицы/графики/расчёты) → Обсуждение → Выводы и рекомендации → Ограничения → Список источников → Приложения (файлы/скрипты)
11.2. Шаблон кейс-решения
Контекст кейса → Проблема → Альтернативы → Критерии выбора → Расчёты (формулы/таблицы) → Риск-анализ → Рекомендация (план) → Метрики контроля → Источники
11.3. Шаблон медиастратегии (презентация)
Цель → Аудитория → Продукт/форматы → Каналы → Бюджет → KPI → Сроки → Риски и комплаенс → ИТ-инструменты → Вывод
12. Рекомендации по источникам и инструментам
Источники: правовые базы (КонсультантПлюс/Гарант), статистика (национальная, международная), отраслевые отчеты, академические публикации.
Инструменты: Excel/Google Sheets (расчёты), PowerPoint/Canva (презентации), Word (отчёты), CMS/облако (контент и совместная работа), аналитика (Power BI/R/Python — по необходимости).