

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего
образования
Нижегородский государственный технический университет им. Р.Е. Алексеева

Институт экономики и управления (ИНЭУ)
сокращенное и полное наименование института
Кафедра «Таможенного дела и права» (ТДнП)
сокращенное и полное наименование кафедры

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика СМИ
наименование дисциплины

Направление подготовки

42.03.01 (031600.62) «Реклама и связи с общественностью»
код и полное наименование направления подготовки (специальности)

Уровень образования
бакалавриат
бакалавриат, магистратура, специалитет

Форма обучения очная, заочная

Автор аннотации Мар Маранова Н.В.
Заведующий кафедрой Зад Задорожный Ю.В., к.э.н., доцент
ФИО, степень, звание

Нижегород

1. Цели освоения дисциплины

Целью дисциплины «Экономика СМИ» является формирование у студентов понимания экономических основ журналистики и их значения в обеспечении существования средств массовой информации.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

- обеспечить знаниями, необходимыми для решения проблем, связанных с существованием средств массовой информации на медиарынке;
- дать знания структуры и особенностей медиарынка, представление об экономической деятельности СМИ и условиях успеха;
- представить основные методы, способы и инструменты, используемые в экономике СМИ.

2. Место дисциплины в структуре ОП

Курс «Экономика СМИ» (Б1.ДВ3) относится к дисциплинам по выбору студента гуманитарного, социального, экономического цикла. Для изучения дисциплины студенты должны иметь достаточную подготовку в области гуманитарных и социоэкономических дисциплин («Экономика», «Социология»), математических и естественнонаучных дисциплин («Математика», «Статистика»), профессиональных («Социология массовых коммуникаций», «Менеджмент», «Экономическая социология», «Современная пресс-служба»).

Теоретические и практические знания, умения и владения, полученные в процессе изучения курса, помогут студентам при изучении следующих дисциплин: «Планирование бизнеса», «Организация и проведение кампаний в рекламе и связях с общественностью», «Экономика и предпринимательство».

Общая трудоемкость, виды занятий, форма аттестации

| Семестр | Общая трудоемкость, часов (ЗЕТ) | Лекции, часов | Практические занятия, часов | Лабораторные работы, часов | СРС, часов | Курсовой проект | Контрольная работа |
|-------------------------------------|---------------------------------|---------------|-----------------------------|----------------------------|------------|-----------------|--------------------|
| Очная форма обучения | | | | | | | |
| Форма аттестации: зачет (7 семестр) | | | | | | | |
| 7 | 108 (3) | 18 | 36 | - | 54 | - | - |
| Заочная форма обучения | | | | | | | |
| Форма аттестации: зачет (7 семестр) | | | | | | | |
| 7 | 108 (3) | 4 | 4 | - | 100 | - | - |

3. Требование к результатам освоения дисциплины

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общекультурные и общепрофессиональные компетенции:

ОК-1 - владение культурой мышления, способность к обобщению, анализу, восприятию информации, постановке цели и выбору путей ее достижения;

ОК-4 – способность находить организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях и готов нести за них ответственность;

ОК-8 – осознание социальной значимости своей будущей профессии, обладает высокой мотивацией к выполнению профессиональной деятельности;

ОК-10 - использование основных законов естественнонаучных дисциплин в профессиональной деятельности, применяет методы математического анализа и моделирования, теоретического и экспериментального исследования;

ОК-11 - способность понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;

ПК-2 – владение знаниями и навыками работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, средствах массовой информации (СМИ), отделах по связям с общественностью, центрах общественных связей, отделах рекламы, в коммуникационных агентствах;

ПК-8 – обладание базовыми навыками медиапланирования;

ПК-10 - способность обсуждать профессиональные проблемы, отстаивать свою точку зрения, объяснять сущность явлений, событий, процессов, делать выводы, давать аргументированные ответы.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования.

Бакалавр должен знать:

– классификацию методов сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации экономической информации (ОК-1);

– теорию и методы принятия организационно-управленческих решений в нестандартных социально-экономических ситуациях (ОК- 4);

– социальную ценность будущей профессии и основные законы экономических дисциплин (ОК-8,10);

– сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, требования к ее безопасности (ОК-11);

– специфику работы в СМИ (ПК-2);

– основы медиапланирования и навыки работы со СМИ (ПК-8,10).

Бакалавр должен уметь:

– собирать, обобщать, обрабатывать, интерпретировать информацию, самостоятельно формулировать цели деятельности и определять пути ее достижения (ОК-1);

– организационно-управленческие решения в нестандартных ситуациях (ОК-4);

– мотивировать себя и других к выполнению профессиональной деятельности и использовать экономические методы анализа (ОК-8,10).

– соблюдать основные требования к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– создавать различные информационные поводы (ПК-2);

– уметь планировать бюджет размещения материалов в/на медианосителях, отстаивать свою точку зрения (ПК-8,10).

Бакалавр должен владеть:

– методами сбора, обобщения, анализа, обработки, интерпретации и восприятия информации, навыками грамотной постановки цели профессиональной деятельности и выбора путей ее достижения (ОК-1);

– методами принятия организационно-управленческих решений в нестандартных ситуациях (ОК-4);

– приемами и методами мотивации себя и других к профессиональной деятельности, а также методами экономического анализа (ОК-8,10);

– навыками соблюдения основных требований к информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны (ОК-11);

– техниками и технологиями работы в пресс-центрах, пресс-службах, в отделах печати, СМИ (ПК-2);

– владение навыками составления плана и бюджета размещения материалов в/на медианосителях, а также методами убеждения и аргументации (ПК-8,10);

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС с учетом рекомендаций примерной ОП по направлению подготовки Реклама и связи с общественностью (квалификация (степень) «бакалавр»).

Преподавание дисциплины предусматривает следующие формы организации учебного процесса: лекции, практикум, самостоятельную работу студента, консультации.