

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Романчук Иван Сергеевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 21.11.2024 17:24:24
Уникальный программный ключ:
6319edc2b582ffdacea443f01d5779368d0957ac34f5cd074d81181530452479

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Наименование дисциплины	<i>Медиаэкономика</i>
Направление подготовки / Специальность	<i>42.03.05 Медиакоммуникации</i>
Направленность (профиль) / Специализация	<i>Управление медиа и продюсирование</i>
Форма обучения	<i>очная</i>
Разработчик	<i>Карагулян Е.А., доцент кафедры экономики и финансы</i>

1. Темы дисциплины для самостоятельного освоения обучающимися
Отсутствуют.

2. План самостоятельной работы:

№ п/п	Учебные встречи	Виды самостоятельной работы	Форма отчетности / контроля	Количество баллов	Рекомендуемый бюджет времени на выполнение (ак.ч.)
1.	Основные понятия медиаэкономики	1. Подготовка к дискуссии	1. Дискуссия	2	3
		2. Подготовка учебного дневника по лекции	2. Составлению учебного дневника по лекции	2	6
		3. Подготовка первой части группового проекта	3. выбор компании, изучение основных показателей и истории развития фирмы	2	2
2.	Медиарынок	1. Подготовка учебного дневника по лекции	1. Представление дневника	2	4
		2. Подготовка к практическому занятию	2. Подготовка конспекта	2	3
		3. Подготовка презентации «Участники рынка...»	3. Защита групповой работы	2	
3.	Бизнес-модели медиа	1. Подготовка учебного дневника по лекции	1. Написание дневника	2	3
		2. Чтение литературы, анализ всех представленных элементов в шаблоне для выбранной компании	2. Обсуждение материала, подготовка презентации в электронном формате	2	4
		3. Подготовку к презентации проекта	3. Представление презентации	2	4
4.	Точка безубыточности и эластичность в медиаэкономике	1. Подготовка к практическому занятию	1. Решение задач	4	2
		2. Подготовка презентации, изучение финансового состояния компании	2. Анализ финансовых показателей компании.	2	4
		3. Подготовка к проекту, презентации	3. Представление проекта	2	4
9.	Подготовка к	Изучение материалов	-	-	19

	дифференцированно ому зачету	по дисциплине по вопросам к зачету			
	Итого			26	94

3. ТРЕБОВАНИЯ И РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЫПОЛНЕНИЮ САМОСТОЯТЕЛЬНЫХ РАБОТ ОБУЧАЮЩИХСЯ, КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ

Учебные дневники по материалам лекций (Дневник)

Критерии оценивания:

1. Наличие записи по всем четырем лекциям курса, удовлетворяющих требованиям к объему текста (максимально 10 баллов).
2. Соответствие дневника условиям задания: размышления и рефлексия, а не пересказ или конспект лекции. Наличие в тексте дневника современных примеров из медиа (максимально 50 баллов).
3. Ясность изложения, наличие четкой структуры и логических связей в тексте (максимально 20 баллов).
4. Обращение в тексте к концептам и примерам из рекомендованной литературы к лекции (максимально 20 баллов).

Выполненное задание необходимо загрузить в SmartLMS в обговоренные с преподавателем сроки.

Учебный дневник

Учебный дневник представляет собой текст с размышлениями и рефлексией по материалам лекции и прочитанной литературе, рекомендованной к каждой лекции. В рамках подготовки дневника необходимо посмотреть лекции и после каждой из них зафиксировать мысли по теме лекции.

При написании дневника стоит ориентироваться на то, какую новую информацию узнали в рамках лекции, что показалось самым значимым, какие концепты/идеи/тезисы запомнили и как они соотносятся с ситуациями из жизни (например, реальными кейсами медиакомпаний) и с профессиональной или учебной деятельностью. Таким же образом стоит действовать при фиксации рефлексии по дополнительной литературе к лекциям.

Важно обращать внимание на то, чтобы записи в дневнике не становились пересказом или конспектом лекции, а также обратной связью по курсу (вопросы организации занятий и т. д.). Объем — 1–2 страницы текста после каждой лекции (от 4 до 8 страниц после 4 лекций). Работа может быть выполнена в формате документа (docx. или pdf).

Групповой проект (ГП)

Задание выполняется в группах по 3–5 человек. Каждая группа выбирает медиакомпанию (в том числе среди новых медиа) и готовит большую презентацию, в которой необходимо осветить следующие вопросы:

- история создания компании, миссия;
- описание бизнес-модели компании;
- структура холдинга: руководство, основные активы, направления деятельности;
- основные источники дохода компании;

- основные показатели деятельности компании: выручка, чистая прибыль, концентрация, размер активов (как изменялись ее активы, то есть что компания продавала или реорганизовывала, а что покупала или создавала на протяжении последних 2 лет);
- анализ конкурентов (проанализировать основных конкурентов и описать, какие преимущества у холдинга есть перед конкурентами);
- выводы об общем положении данной компании на рынке на основе предыдущего анализа и прогноз с учетом текущей ситуации на медиарынке (повлияли ли на компанию новые законодательные ограничения, уход конкурентов или другие события? Если да, то как? И как компании действовать в этой ситуации? Стоит ли что-то менять в бизнес-модели?).

Для анализа можно использовать годовые отчеты компании, а также другие вторичные источники, в том числе материалы СМИ. Результаты ГП представляются в виде презентации (тильды и проч.), которая должна включать все перечисленные выше вопросы.

Внутри одной группы компании повторяться не могут. Важно, чтобы это была публичная компания, то есть публикующая годовые отчеты о своей деятельности.

На последнем слайде презентации необходимо указать всех участников, а также прописать, над какой задачей каждый участник работал.

Шаблон презентации проекта представлен в LMS.

Критерии оценивания:

- история создания компании, миссия; (максимально 10 баллов)
- описание бизнес-модели компании; (максимально 25 баллов)
- структура холдинга: руководство, основные активы, направления деятельности; (максимально 10 баллов)
- основные источники дохода компании; (максимально 5 баллов)
- основные показатели деятельности компании: выручка, чистая прибыль, концентрация, размер активов (как изменялись ее активы, то есть что компания продавала или реорганизовывала, а что покупала или создавала на протяжении последних 2 лет); (максимально 10 баллов)
- анализ конкурентов (проанализировать основных конкурентов и описать, какие преимущества у холдинга есть перед конкурентами); (максимально 25 баллов)
- выводы об общем положении данной компании на рынке на основе предыдущего анализа и прогноз с учетом текущей ситуации на медиарынке (повлияли ли на компанию новые законодательные ограничения, уход конкурентов или другие события? Если да, то как? И как компании действовать в этой ситуации? Стоит ли что-то менять в бизнес-модели?). (максимально 15 баллов)

Литература для курса

Книги

1. Dwyer, P. (2019). Understanding Media Production. London: Routledge. Retrieved from <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&site=eds-live&db=edsebk&AN=1983415>
2. Козлов А.Ю., Мхитарян В.С., Шишов В.Ф. - Статистический анализ данных в MS Excel - НИЦ ИНФРА-М - 2023 - ISBN: 978-5-16-004579-5 - Текст электронный // ЭБС ZNANIUM - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=423653>
3. Ларионов И.К., Сильвестров С.Н. - Экономическая теория. Экономические системы: формирование и развитие - Дашков и К - 2017 - ISBN: 978-5-394-01397-3 - Текст электронный // ЭБС ZNANIUM - URL: <https://znanium.com/catalog/document?id=100988>

4. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801>
5. Вырковский А. В. РОССИЙСКИХ МЕДИА: ЦИФРОВОЕ БУДУЩЕЕ. — 2017.
6. Медиасистема России: учебник для студентов вузов / под ред. д-ра филол. наук Е. Л. Вартановой. — 3-е изд. — Москва: Издательство Московского университета, 2023. — 456 с. — ISBN: 978-5-19-011862-9
7. Смирнов С. Медиахолдинги России. Национальный опыт концентрации СМИ. — Litres, 2021.
8. Кирия И. В., Чумакова В. П. Управленческий аудит медиакомпаний. — Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования "Национальный исследовательский университет" Высшая школа экономики", 2014. — С. 240-240.

Статьи

1. Downing, J. (2011). Media ownership, concentration, and control: The evolution of debate. In The handbook of political economy of communications (pp. 140-168). Wiley Blackwell. https://edu.hse.ru/pluginfile.php/2359156/mod_page/content/5/Downing%202011.pdf
2. Picard, R. G. (2014). Twilight or new dawn of journalism? Evidence from the changing news ecosystem. Journalism Practice, 8(5), 488-498. https://edu.hse.ru/pluginfile.php/2359156/mod_page/content/5/Twilight%20or%20New%20Dawn%20of%20Journalism.pdf
3. Vartanova, E. (2019). Russian media: a call for theorising the economic change. Russian Journal of Communication, 11(1), 22-36. https://edu.hse.ru/pluginfile.php/2359156/mod_page/content/5/Russian%20media%20a%20call%20for%20theorising%20the%20economic%20change.pdf
4. Колобова, Е. Ю. (2021). Бизнес-модели предприятий медиаиндустрии в условиях цифровой трансформации. Петербургский экономический журнал, (2), 57-65. https://edu.hse.ru/pluginfile.php/2359156/mod_page/content/5/biznes-modeli-predpriyatii-medaiindustrii-v-usloviyah-tsifrovoy-transformatsii.pdf
5. Fletcher, R., & Nielsen, R. K. (2017). Paying for online news: A comparative analysis of six countries. Digital Journalism, 5(9), 1173-1191. https://edu.hse.ru/pluginfile.php/2359156/mod_page/content/5/Paying%20for%20Online%20News.pdf
6. Colbjørnsen, T., Hui, A., & Solstad, B. (2021). What do you pay for all you can eat? Pricing practices and strategies in streaming media services. Journal of Media Business Studies, 1-21. https://edu.hse.ru/pluginfile.php/2359156/mod_page/content/5/What%20do%20you%20pay%20for%20all%20you%20can%20eat%20Pricing%20practices%20and%20strategies%20in%20streaming%20media%20services.pdf
7. Довбыш О. С. Медиарынки в фокусе социального сетевого анализа //Экономическая социология. — 2015. — Т. 16. — №. 4. — С. 85-107.
8. Довбыш О. С., Гудова Е. А. Государственные информационные контракты и их значение для медиарынков российских регионов //Мониторинг общественного мнения: экономические и социальные перемены. — 2016. — №. 6 (136). — С. 156-174.
9. Довбыш О. С. Контракция и квазирынок как форма взаимодействия государства и медиа в российских регионах //Мир экономики и управления. — 2017. — Т. 17. — №. 1. — С. 41-56.

10. Адемукова Н. В. и др. Роль государственных контрактов в моделях социальной ответственности региональных массмедиа в России //Журнал исследований социальной политики. – 2017. – Т. 15. – №. 1. – С. 81-96.

5. РЕКОМЕНДАЦИИ ПО САМОПОДГОТОВКЕ К ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Промежуточная аттестация по дисциплине (экзамен) нацелена на проверку конкретных результатов обучения, выявление овладения обучающимися системой знаний, умений и навыков, компетенций, полученных в процессе изучения дисциплины. В период подготовки к промежуточной аттестации, обучающиеся, вновь обращаются к пройденному материалу. При этом они не только закрепляют полученные знания, но и получают новые.

Подготовка обучающихся к промежуточной аттестации включает в себя три этапа:

- самостоятельная работа в течение семестра;
- непосредственная подготовка в дни, предшествующие промежуточной аттестации;
- подготовка к ответу на вопросы, содержащиеся в билетах. Литература для подготовки представлена в рабочей программе дисциплины. Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух источников учебной литературы. Перечень рекомендуемой литературы указан в рабочих программах учебных дисциплин. Для полноты учебной информации и ее сравнения лучше использовать не менее двух учебников.

Студент вправе сам придерживаться любой из представленных в учебниках точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации.

Основным источником подготовки к аттестации является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники. В ходе подготовки к аттестации студентам необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем.

Особое внимание при подготовке необходимо уделить терминологии, т.к. успешное овладение любой дисциплиной предполагает усвоение основных понятий, их признаков и особенности. Обучающийся вправе сам придерживаться любой из представленных в учебной литературе точек зрения по спорной проблеме (в том числе отличной от преподавателя), но при условии достаточной научной аргументации.

Основным источником подготовки к промежуточной аттестации является конспект лекций, где учебный материал дается в систематизированном виде, основные положения его детализируются, подкрепляются современными фактами и информацией, которые в силу новизны не вошли в опубликованные печатные источники.

В ходе подготовки к промежуточной аттестации необходимо обращать внимание не только на уровень запоминания, но и на степень понимания излагаемых проблем.

Ответы на теоретические вопросы должны быть даны в соответствии с формулировкой вопроса и содержать не только изученный теоретический материал, но и собственное понимание проблемы. В ответах желательно привести примеры из практики. Если в процессе подготовки к промежуточной аттестации во время самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у обучающегося возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний.

В своих вопросах обучающийся должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения. За консультацией следует обращаться и в случае, если возникнут сомнения в правильности ответов на вопросы самопроверки