

Компонент ОПОП 42.04.02 Журналистика.

Направленность (профиль) Цифровая журналистика

Б1.В.04

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

Дисциплины
(модуля)

Управление медиапредприятием

Разработчик (и):

Рычкова Т.А.,
кандидат филологических наук, доцент,
доцент кафедры ФМКиЖ

Утверждено на заседании кафедры
филологии, межкультурной коммуникации
и журналистики

наименование кафедры

протокол №5 от 05.02.2026 г.

Заведующий кафедрой



подпись

Саватеева О. В.
ФИО

Мурманск
2026

Пояснительная записка

Объем дисциплины 4 з.е.

1. Результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с индикаторами достижения компетенций, установленными образовательной программой

Компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Результаты обучения по дисциплине (модулю)
УК -1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	ИД-1УК-1 Применяет системный подход в поисковой и аналитической деятельности для решения поставленных задач ИД-2УК-1 Осуществляет сбор, систематизацию и критический анализ информации, необходимой для выработки стратегии действий по разрешению проблемной ситуации ИД-3УК-1 Оценивает практические последствия возможных решений поставленных задач	Знать: методологические основы системного подхода к управлению медиапредприятием; методы критического анализа внутренней и внешней среды организации; принципы выявления проблемных ситуаций в деятельности медиаорганизаций; современные подходы к стратегическому управлению в медиаиндустрии; методы сбора, обработки и синтеза информации для принятия управленческих решений. Уметь: осуществлять критический анализ состояния медиапредприятия и факторов внешней среды; выявлять проблемные ситуации в деятельности медиаорганизации; анализировать различные точки зрения и подходы к решению управленческих задач; синтезировать информацию из различных источников для выработки стратегии действий; применять системный подход при разработке управленческих решений. Владеть: навыками системного анализа деятельности медиапредприятия; методами критической оценки управленческих ситуаций; способами выработки стратегии действий на основе комплексного анализа информации; приемами синтеза разнородной информации для принятия обоснованных управленческих решений.
УК-3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	ИД-1УК-3 Вырабатывает стратегию сотрудничества и на ее основе организует работу команды для достижения поставленной цели ИД-2УК-3 Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение различных идей и мнений ИД-3УК-3 Преодолевает возникающие в команде разногласия и конфликты на основе учета интересов всех сторон	Знать: принципы формирования и управления командами в медиаиндустрии; методы разработки командной стратегии в условиях неопределенности; подходы к планированию и распределению задач в проектных командах; стратегии разрешения конфликтов в профессиональной среде; технологии эффективной коммуникации и делегирования полномочий в управленческой деятельности. Уметь: разрабатывать стратегию сотрудничества и формировать команду для реализации управленческих задач; планировать и корректировать работу команды с учетом индивидуальных особенностей участников; выявлять и конструктивно разрешать конфликтные ситуации; организовывать дискуссии и коллективное обсуждение управленческих решений; эффективно распределять поручения и делегировать полномочия членам команды. Владеть: навыками организации командной работы в медиаорганизации; методами выработки и реализации командной стратегии; способами эффективного распределения задач и контроля их исполнения; приемами управления конфликтами и поддержания конструктивного взаимодействия в коллективе; технологиями делегирования полномочий в управленческой практике.

УК-6. Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	ИД-1УК-6 Устанавливает цели и приоритеты собственной деятельности при планировании и реализации траектории профессионального развития ИД-2УК-6 Определяет образовательные потребности и способы совершенствования собственной деятельности на основе самооценки	Знать: методы целеполагания и планирования профессионального развития в сфере медиаменеджмента; подходы к оценке эффективности использования личностных и профессиональных ресурсов; принципы непрерывного профессионального развития в управленческой деятельности; современные тенденции развития медиаиндустрии и требования к профессиональным компетенциям руководителя; способы самооценки и рефлексии управленческой деятельности. Уметь: формулировать цели собственной профессиональной деятельности и определять пути их достижения; критически оценивать эффективность использования времени и ресурсов для решения управленческих задач; выявлять зоны профессионального развития и определять способы их совершенствования; использовать возможности дополнительного образования и повышения квалификации; адаптировать управленческие подходы к изменяющимся условиям медиасреды. Владеть: навыками самоорганизации и планирования профессиональной деятельности в сфере медиаменеджмента; методами критической оценки эффективности собственной деятельности; способами выявления приоритетных направлений профессионального развития; приемами непрерывного совершенствования управленческих компетенций; навыками рефлексии и самооценки результатов управленческой деятельности.
ПК-1. Способен разрабатывать основные направления (концепции) вещания и осуществлять эфирное планирование совместно с коллегами	ПК-1.1. Самостоятельно пишет авторские комментарии и другие тексты в рамках редакционной политики, верстает авторские программы ПК-1.2. Готовит предложения для составления творческих планов редакции/канала ПК-1.3. Информировать ответственного выпускающего обо всех значимых сообщениях информационных агентств	Знать: теоретические основы стратегического и оперативного управления медиапредприятием; методы анализа рынка медиауслуг и конкурентной среды; принципы разработки концепции вещания и эфирного планирования; подходы к формированию контентной стратегии медиаорганизации; особенности планирования деятельности различных подразделений медиапредприятия. Уметь: анализировать состояние рынка медиауслуг и предпочтения целевой аудитории; разрабатывать концепцию вещания с учетом рыночных условий и ресурсных возможностей; осуществлять стратегическое и тактическое планирование деятельности медиаорганизации; координировать работу подразделений при реализации эфирного плана; адаптировать планы деятельности к изменяющимся условиям рынка. Владеть: навыками разработки концепции вещания медиапредприятия; методами стратегического и оперативного планирования в медиаиндустрии; способами эфирного планирования и координации деятельности подразделений; приемами анализа рыночной ситуации и корректировки планов деятельности.

ПК-2. Способен разрабатывать системы визуальной информации, идентификации и коммуникации, руководить деятельностью по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	ПК-2.1. Проводит предпроектные дизайнерские исследования, разрабатывает и согласовывает с заказчиком проектное задание на создание систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-2.2. Осуществляет концептуальную и художественно-техническую разработку дизайн-проектов, авторский надзор за выполнением работ по изготовлению в производстве систем визуальной информации, идентификации и коммуникации ПК-2.3. Организует и контролирует работы по выполнению дизайн-проектов, планирует работы по разработке объектов и систем визуальной информации, идентификации и коммуникации	Знать: принципы разработки системы визуальной идентификации медиапредприятия; подходы к формированию бренда медиаорганизации; методы управления разработкой объектов визуальной информации и коммуникации; критерии оценки эффективности визуально-коммуникационных решений; современные тренды в области визуальной идентификации медиабрендов. Уметь: разрабатывать концепцию визуальной идентификации медиапредприятия с учетом его стратегических задач; руководить деятельностью по созданию системы визуальной информации и коммуникации; обеспечивать единство вербальных и визуальных компонентов в коммуникационной стратегии организации; анализировать эффективность визуально-коммуникационных решений; интегрировать визуальную идентификацию в общую стратегию развития медиапредприятия. Владеть: навыками разработки систем визуальной идентификации для медиаорганизаций; методами руководства творческими командами при создании визуально-коммуникационных решений; способами оценки эффективности визуальной идентификации; приемами интеграции визуальных компонентов в управленческую и коммуникационную деятельность медиапредприятия.
---	---	--

2. Содержание дисциплины (модуля)

Тема 1. Медиапредприятие как объект управления

Понятие и сущность медиапредприятия. Специфика медиаиндустрии как сферы предпринимательской деятельности. Классификация медиапредприятий: по масштабу, форме собственности, типу медиапродукта, аудиторному охвату. Особенности медиапродукта как товара: двойственная природа (содержание и реклама), нематериальность, зависимость от аудиторных предпочтений. Медиапредприятие в системе рыночных отношений: экономические, правовые и технологические факторы функционирования. Основные модели управления медиапредприятием: линейная, функциональная, дивизиональная, матричная. Современные тенденции развития медиаменеджмента: цифровая трансформация, конвергенция, мультиплатформенность.

Тема 2. Стратегическое управление медиапредприятием

Сущность и этапы стратегического управления. Миссия, цели и стратегические приоритеты медиаорганизации. Методы анализа внешней и внутренней среды медиапредприятия: PEST-анализ, SWOT-анализ, анализ конкурентной среды, анализ аудитории. Разработка стратегии развития медиапредприятия: типовые стратегии (лидерство по издержкам, дифференциация, фокусирование). Стратегии диверсификации и интеграции в медиаиндустрии. Контентная стратегия как основа развития медиапредприятия. Стратегическое планирование и управление изменениями в медиаорганизации.

Тема 3. Управление персоналом медиапредприятия

Специфика кадрового обеспечения медиаиндустрии. Система управления персоналом: принципы, функции, методы. Формирование команды медиапредприятия: подбор, отбор, найм сотрудников. Организационная культура медиаорганизации: типы, особенности формирования, влияние на эффективность деятельности. Мотивация и стимулирование

труда в медиасфере: материальные и нематериальные формы. Управление творческим коллективом: особенности руководства журналистами, дизайнерами, техническими специалистами. Оценка персонала и развитие кадрового потенциала. Управление конфликтами в медиакolleктиве.

Тема 4. Оперативное управление деятельностью медиапредприятия

Операционное управление в медиаорганизации. Планирование деятельности медиапредприятия: долгосрочное, среднесрочное, краткосрочное. Эфирное планирование: принципы, этапы, инструменты. Управление контентным производством: организация работы редакции, планирование выпусков, управление конвейером производства. Контроль качества медиапродукта: стандарты, критерии, методы оценки. Управление проектами в медиаиндустрии: специфика, методологии, инструменты. Оптимизация бизнес-процессов медиапредприятия.

Тема 5. Финансово-экономическое управление медиапредприятием

Экономические основы деятельности медиаорганизации. Структура доходов медиапредприятия: рекламные поступления, платный контент, государственная поддержка, гранты, спонсорство. Структура расходов: производственные, управленческие, коммерческие. Бюджетирование в медиаорганизации. Ценообразование на медиапродукты: подходы и методы. Управление прибыльностью и рентабельностью. Финансовое планирование и контроллинг. Инвестиционная привлекательность медиапредприятия.

Тема 6. Маркетинг и управление аудиторией медиапредприятия

Маркетинговая концепция управления медиапредприятием. Исследование рынка и аудитории: методы, инструменты, использование результатов. Сегментирование аудитории и позиционирование медиапродукта. Маркетинговые коммуникации медиапредприятия: PR, реклама, промоакции, работа в социальных сетях. Управление лояльностью аудитории. Бренд-менеджмент в медиасфере: формирование и продвижение медиабренда. Цифровой маркетинг медиапредприятия: инструменты, метрики, оценка эффективности.

Тема 7. Управление развитием и инновациями в медиаиндустрии

Цифровая трансформация медиапредприятия: вызовы и возможности. Управление внедрением новых технологий: искусственный интеллект, автоматизация, big data, блокчейн. Инновационные модели монетизации медиаконтента. Управление мультиплатформенным присутствием: стратегии, инструменты, оценка эффективности. Развитие новых направлений деятельности медиапредприятия: подкастинг, видеопроизводство, event-менеджмент. Управление изменениями и организационное развитие. Формирование инновационной культуры в медиаорганизации.

Тема 8. Визуальная идентификация и бренд-коммуникации медиапредприятия

Роль визуальной идентификации в управлении медиапредприятием. Разработка системы визуальной идентификации: логотип, цветовая гамма, типографика, фирменный стиль. Управление разработкой визуально-коммуникационных решений. Интеграция визуальной идентификации в стратегию медиабренда. Кросс-медийное единство визуальных коммуникаций. Оценка эффективности визуально-коммуникационных решений. Современные тренды в области визуальной идентификации медиапредприятий.

3. Перечень учебно-методического обеспечения дисциплины (модуля)

- мультимедийные презентационные материалы по дисциплине (модулю) представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;
- методические указания к выполнению практических работ представлены в электронном курсе в ЭИОС МАУ;

- методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины (модуля) представлены на официальном сайте МАУ в разделе «Информация по образовательным программам, в том числе адаптированным».

4. Фонд оценочных средств по дисциплине (модулю)

Является отдельным компонентом образовательной программы, разработан в форме отдельного документа, включает в себя:

- перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения дисциплины (модуля);
- задания текущего контроля;
- задания промежуточной аттестации;
- задания внутренней оценки качества образования.

5. Перечень основной и дополнительной учебной литературы (печатные издания, электронные учебные издания и (или) ресурсы электронно-библиотечных систем)

Основная литература:

Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568752>.
2. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, В. Л. Иваницкий [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3
3. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/566389>.

Дополнительная литература:

4. Большеева, С. А. Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь») : учебно-методическое пособие / С. А. Большеева, А. С. Юферева. — Екатеринбург : УрФУ, 2016. — 108 с. — ISBN 978-5-7996-1854-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/98491> (дата обращения: 24.03.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Лузгин, В. Маркетинг на телевидении и радио / В. Лузгин. — Москва : Аспект Пресс, 2024. — 284 с. — ISBN 978-5-7567-1327-5. — Текст : электронный // Google Books [сайт]. — URL: <https://play.google.com/store/books/details?id=KLiTEQAAQBAJ> (дата обращения: 24.03.2026).

6. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. ЭБС «Издательство Лань» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Издательство Лань». — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/>;
2. ЭБС «Электронная библиотечная система ЮРАЙТ» [Электронный ресурс]: электронная библиотечная система / ООО «Электронное издательство ЮРАЙТ». — Режим доступа: <https://biblio-online.ru/>;
3. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [Электронный ресурс]: электронно-периодическое издание; программный комплекс для организации онлайн-

доступа к лицензионным материалам / ООО «НексМедиа». – Режим доступа: <https://biblioclub.ru/>.

4. Образовательный портал «Образование на русском» института русского языка имени А.С. Пушкина URL: <https://pushkininstitute.ru/>

7. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства

- 1) MS Office;
- 2) Windows 7 Professional;
- 3) 7Zip;
- 4) Adobe Reader;
- 5) Mozilla FireFox;
- 6) LibreOffice.org

8. Обеспечение освоения дисциплины лиц с инвалидностью и ОВЗ

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ОВЗ обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля) представлено в приложении к ОПОП «Материально-технические условия реализации образовательной программы» и включает:

- учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения;

- помещения для самостоятельной работы обучающихся, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде МАУ.

Допускается замена оборудования его виртуальными аналогами.

10. Распределение трудоемкости по видам учебной деятельности

Таблица 1 - Распределение трудоемкости

Вид учебной деятельности	Распределение трудоемкости дисциплины (модуля) по формам обучения	
	Очная	
	Семестр	Всего часов
	4	
Лекции	6	6
Практические занятия	10	10
Самостоятельная работа	155	155
Всего часов по дисциплине	180	180

Формы промежуточной аттестации и текущего контроля

Экзамен	9	9
---------	---	---

Перечень практических занятий по формам обучения

№ п\п	Темы практических занятий
1	2
	Очная форма
1	Медиапредприятие как объект управления
2	Управление персоналом медиапредприятия
3	Финансово-экономическое управление медиапредприятием
4	Маркетинг и управление аудиторией медиапредприятия
5	Управление развитием и инновациями в медиаиндустрии