

**Приложение к рабочей программе дисциплины
«Медиаменеджмент»**

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (бакалавриат)

Профиль: Реклама и связи с общественностью в коммерческой и некоммерческой сферах

АННОТАЦИЯ

рабочей программы дисциплины

«Медиаменеджмент»

Дисциплина обязательной части учебного плана

Очно-заочная форма обучения

Общая трудоемкость дисциплины (ЗЕТ / час.)	3/108
Цель изучения дисциплины	Формирование у студентов прочных и разносторонних знаний о теоретических основах и практике менеджмента медиакомпаний в контексте динамично развивающегося мультимедийного рынка
Содержание дисциплины	Введение в медиаменеджмент. СМИ как объект управления Информационный рынок: структура, особенности, типы собственников Правовые основы медиаменеджмента Электронные и онлайн-СМИ: особенности функционирования Управление СМИ: макро- и микроэкономические уровни. Управление персоналом в СМИ Контент как конкурентное преимущество медиакомпаний Реализация стратегий медиакомпаний на аудиторном рынке Оптимизация маркетинговых стратегий медиакомпаний Контроль эффективности деятельности управляющих органов и департаментов медиакомпаний
Формируемые компетенции (коды)	ОПК-2, ОПК-5.
Коды и наименование индикатора достижения компетенции	ОПК-2.1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития ОПК-2.2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании текстов рекламы и связей с общественностью и/или коммуникационных продуктов. ОПК-5.1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях ОПК-5.2. Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы
Дисциплины, участвующие в формировании компетенции	Разработка и технологии производства рекламного и PR продукта Медиаарилейнз и медиапланирование Профессионально-ознакомительная практика
Образовательные технологии	Лекции, практические занятия, самостоятельная работа студента, консультации
Форма промежуточной аттестации	Зачет