

«МЕДИА-ЭКОНОМИКА И РЕКЛАМНЫЙ БИЗНЕС»

Б1.В.ОД.3

Дисциплина «Медиа-экономика и рекламный бизнес» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 38.04.02 «Менеджмент», программа подготовки «Современные маркетинговые коммуникации», квалификации магистр, входит в вариативную часть блока 1.

1. Цели и задачи дисциплины

Целью изучения дисциплины «Медиа-экономика и рекламный бизнес» состоит в формировании у студентов стройной системы представлений о современной медиа-экономике, в освоении ими различных исследовательских подходов и методов, применяемых при анализе данного сегмента экономики, в приобретении студентами навыков по изучению специфики отдельных подсегментов медиа-экономики и применению на практике этих навыков.

Основными задачами дисциплины являются:

- Изучение медиа-экономики, ее места и роли в общей экономической системе;
- рассмотрение ключевых особенностей анализа позиций различных медиа сегментов на основе маркетинговой коммуникационной стратегии;
- изучение основных бизнес-моделей организации производства в медиа индустрии;
- знакомство с современными технологиями анализа и оценки объемов рекламных бюджетов на всех уровнях – национальных рынков, отдельных категорий товаров и услуг, субъектов рынка (рекламодателей, агентств, медиа);
- исследование специфики развития конкретных медиа сегментов медиа индустрии – телевидения, издательской деятельности, радио, интернет-индустрии, звукозаписи и т.д.;
- объяснение основных теоретических и практических принципов и подходов к прогнозированию объемов рекламных рынков.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП магистратуры

Дисциплина «Медиа-экономика и рекламный бизнес» относится к обязательным дисциплинам вариативной части магистерской программы «Современные маркетинговые коммуникации».

Дисциплина «Медиа-экономика и рекламный бизнес» базируется на дисциплинах «Маркетинг-менеджмент», «Профессиональный семинар (актуальные проблемы маркетинга)», «Общая теория маркетинговых коммуникаций».

Освоение дисциплины «Медиа-экономика и рекламный бизнес» тесно взаимосвязана с изучением следующих дисциплин: «Стратегии брендинга и бренд-менеджмента», «Поведение потребителей в современной экономике», «Методы исследований в менеджменте», «Маркетинговые коммуникации в публичном пространстве» и др.

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В данном разделе содержится описание перечня планируемых результатов обучения по дисциплине «Медиа-экономика и рекламный бизнес», соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы «Современные маркетинговые коммуникации».

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующей компетенции в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки:

ПК-4 - способность использовать количественные и качественные методы для проведения прикладных исследований и управления бизнес-процессами, готовить аналитические материалы по результатам их применения

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- базовые принципы, структуру и основные модели функционирования медиа экономики;
- современные подходы, принятые в мировой и отечественной медиа экономике, применительно к специфике анализа развития данной сферы человеческой деятельности;
- системное представление о специфике отдельных медиа сегментов в части ведения бизнеса в медиа индустрии в современных динамично меняющихся условиях.

Уметь:

- профессионально обосновывать необходимость и направленность исследований в области медиа, а также овладеть навыками оценки эффективности функционирования медиа и рекламного бизнеса.

Владеть:

- навыками практического анализа при ведении рекламного бизнеса на уровне отдельных субъектов рынка, и, прежде всего, на уровне отдельных медиа (телекомпаний, радиостанций, газет, журналов, Интернет-порталов и т.д.);
- основными теоретическими концепциями и практическими технологиями оценки объемов рекламных бюджетов;
- современными методиками и технологиями прогнозирования рекламного рынка.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.