

**Аннотация дисциплины «Бизнес-модели новых медиа»  
для направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с  
общественностью**

**Профиль: Интегрированные коммуникации  
Очная форма обучения**

Цель изучения дисциплины: формирование у студентов концептуального восприятия технологии создания и развития фирмы массмедиа на основе методологии моделирования бизнес-процессов.

Задачи изучения:

1. Изучение моделирования как метода познания.
2. Уяснение особенностей технологии создания фирмы массмедиа, ее развития и оптимального функционирования на пути от замысла до воплощения.
3. Выработка алгоритма управления фирмой массмедиа на основе использования процедур регулярного менеджмента с применением метода моделирования.
4. Обретение навыков бизнес-моделирования как инструмента создания, текущего управления и развития фирмы массмедиа.
5. Сформировать навыки разработки локального авторского медиапроекта, участия в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ.

**Место дисциплины в структуре ОП:** Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений цикла профиля (элективный) дисциплин модуля 1 «Цифровые коммуникации в рекламе» блока 1 учебного плана направления подготовки 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» профиль «Интегрированные коммуникации», бакалавриат, очная форма обучения.

**Содержание курса:**

Отечественные СМИ в контексте экономики РФ.

Фирма массмедиа с точки зрения организационно-правовых форм (ОПФ).

Регулярный менеджмент массмедиа.

Структура фирмы массмедиа.

Бизнес-план и создание системы маркетинга в фирме массмедиа

Бюджет фирмы массмедиа, его доходная и расходная части.

Финансовая политика фирмы масс-медиа, учет и логистика.

Модели социальных процессов.

Моделирование в бизнесе: основные подходы.

Моделирование СМИ и фирма массмедиа.

Трансформация ВТК в фирму и структура фирмы массмедиа.

Клиентская база фирмы массмедиа.

Презентация бизнес-планов локальных медиа-проектов.

Запуск авторских локальных медиапроектов.