МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

по дисциплине «Экономика СМИ»

для направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Методические рекомендации по подготовке доклада

Доклад – это устный текст, представляющий собой публичное развернутое, глубокое изложение определенной темы; продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно-практической, учебно-исследовательской или научной темы.

Обычно в качестве тем для докладов преподавателем предлагается тот материал учебного курса, который не освещается на учебных занятиях, а выносится на самостоятельное изучение учащимися. Поэтому доклады дают преподавателю возможность оценить умения учащихся самостоятельно работать с учебным и научным материалом.

Подготовка доклада требует от студента большой самостоятельности и серьезной интеллектуальной работы.

Методические рекомендации к самостоятельной работе обучающихся

Самостоятельная работа студентов призвана закрепить теоретические знания и практические навыки, полученные студентами на лекциях.

Самостоятельная работа студентов проводится с целью:

– систематизации и закрепления полученных теоретических знаний и практических умений студентов;

– углубления и расширения теоретических знаний;

– формирования умений использовать справочную документацию и специальную литературу;

– развития познавательных способностей и активности студентов: творческой инициативы, самостоятельности, ответственности и организованности;

– формированию самостоятельности мышления, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и само реализации;

– развития исследовательских умений.

Эффективность лекционных занятий по дисциплине во многом зависит от качества самостоятельной работы студентов, от их самоподготовки. Часть времени, отведенного на самостоятельную работу должна использоваться на подготовку к аудиторным занятиям, другая часть на выполнение домашней работы.

Подготовка к лекции студентами заключается в следующем:

- повторить материал предыдущей лекции, прочитав его повторно;
- ознакомиться с темой предстоящей лекции (в рабочей программе учебной дисциплины);
- ознакомиться с учебными материалами по данной теме в соответствии с предложенным списком литературы в рабочей программе или с электронными материалами, предложенными лектором;
- записать возможные вопросы, которые можно будет задать лектору.

Подготовка к зачету/экзамену

К зачету/экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически с первых дней обучения по данной дисциплине. В самом начале учебного курса познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

- программой дисциплины;
- перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
- тематическими планами занятий;
- учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также электронными ресурсами;
- вопросами и заданиями к самостоятельной работе студентов;
- перечнем вопросов к зачету.

Образцы заданий для подготовки к зачету

Цель задания: спланировать годовой бюджет издания.

Базовый файл: программный комплекс «Бюджетирование периодического печатного издания».

Исходные условия для планирования бюджета издания.

1. Выпуск 47 номеров издания.
2. Количество номеров издания в течение года: 48 полос – 30, 64 полосы – 10, 80 полос – 6, 96 полос – 1.
3. Тип издания: рекламно-информационное (доля рекламных полос от общего количества полос каждого номера – до 40 %).
4. Постоянный тираж 15 000 экз.

1. Блок «График выхода»

1.1. Заполните количество редакционных и рекламных полос в каждом из номеров в планируемом соотношении, которое должно быть приближено к оптимальной реальности на медиарынке и соответствовать ограничениям законодательства.

2. Блок «Рекламные доходы»

2.1. Распределите рекламные полосы в соответствующем процентном соотношении по субъектам рекламного рынка (агентства и собственная коммерческая служба), исходя из плановых показателей привлечения рекламы агентствами в объеме 20-25% в каждом номере. Распределите «неденежные» рекламные полосы («Бартер», «Информационный бартер», «Самореклама», «Бесплатное размещение») в соответствии с плановыми показателями для них в пределах 1-4 полосы в каждом номере.

2.2. Рассчитайте доходы от привлечения рекламы по группам «Денежные доходы», «Бартер» и «Информационный бартер» исходя из постоянной стоимости 1 полосы в 63 000 рублей.

2.3. Рассчитайте доходы от рекламы, привлеченные агентствами и собственной коммерческой службой по каждому номеру и году в целом.

3. Блок «Прямые рекламные расходы»

3.1. Рассчитайте финансовую базу для расчета комиссий агентствам и комиссий (премий) коммерческой службе. Рассчитайте сумму выплачиваемых комиссий по каждому номеру, исходя из ставки агентствам в размере 15 %, а ставки коммерческой службе 5 %.

4. Блок «Общие рекламные расходы»

4.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму общих рекламных расходов в размере 250 000 рублей по месяцам года следующие виды рекламных расходов в процентном соотношении: «Командировки» (70 %), «Представительские расходы» (10 %), «Подарки клиентам» (10 %), «Компенсация расходов на деловые переговоры по мобильной связи» (10 %). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

5. Блок «Доходы от реализации тиража»

5.1. Распределите отгрузку планируемого тиража издания для каждого номера в процентном соотношении по следующим каналам распространения тиража: «Розница Москва» (1 %), «Розница Регионы» (85 %), «Подписка» (10 %), «Бесплатный промо-тираж» (3 %) и «Бесплатная рассылка» (1 %).

5.2. Распределите розничные продажи отгруженного тиража по номерам года: «Розница Москва» – 75% реализации отгрузки, «Розница Регионы» – 70 %.

5.3. Рассчитайте выручку от реализации тиража по каждому их номеров и по каждому каналу реализации («Розничные торговые сети», «Подписка») при установленной цене реализации одного экземпляра: «Розница Москва» – 75 рублей, «Розница Регионы» – 50 рублей, «Подписка» – 35 рублей.

6. Блок «Прямые расходы на распространение»

6.1. Рассчитайте расходы «Экспедирование» и расходы «Присутствие в сети» исходя их стоимости доставки (экспедирования) 1 экземпляра издания в 1 рубля и стоимости присутствия в сети 1 экземпляра издания в 2 рубля.

7. Блок «Расходы на продвижение в сетях»

7.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму расходов на продвижение в сетях в размере 150 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Продвижение в сетях» (72 %), «Приоритетная выкладка» (20 %), «Включение в подписной каталог» (3 %), «Почтовая рассылка бесплатных номеров» (5 %). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

8. Блок «Расходы на печать»

8.1. На основе данных о полосности номеров, постоянного тиража, матрицы расчета стоимости тиража и среднего курса валюты (45 рублей за евро) рассчитайте аналитический показатель «Стоимость печати за 1 экземпляр». Включите в стоимость «Расходов на печать» только дополнительные расходы на «Предпечатную подготовку» в размере 300 евро на каждый номер и рассчитайте итоговую стоимость печати.

9. Блок «Переменные редакционные расходы»

9.1. Распределите расходы на оплату следующих статей гонорарного фонда по каждому номеру: гонорары за текстовые материалы (штатных и внештатных авторов), гонорары за иллюстрации и приобретение информации. Исходные условия: расходы на текстовые гонорары составляют 70 % от всего гонорарного фонда, расходы на фотоиллюстрации и художественные иллюстрации – 20 %, расходы на приобретение информации – 10 %. Соотношение между «штатными» и «внештатными» авторами принимается в соотношении 80:20.

9.2. Рассчитайте переменную стоимость 1 редакционной страницы по каждому из номеров.

10. Блок «Постоянные редакционные расходы»

10.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму постоянных редакционных расходов в размере 250 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Премии» (10 %), «Бонусы» (10 %), «Командировки» (60 %), «Представительские расходы» (10 %), «Компенсация расходов на деловые переговоры по мобильной связи» (10 %). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

11. Блок «Промо»

11.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму расходов на продвижение в размере 180 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Радио» (10 %), «Наружная реклама» (30 %), «Сувенирная продукция» (10 %), «Оформление собственных мероприятий» (50 %). Другие расходы по статьям в течение года не планируются. Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

12. Блок «Персонал»

12.1. Рассчитайте фонд оплаты труда в целом по предприятию, по месяцам планируемого года и по подразделениям. Рассчитайте численность сотрудников медиа-компании по подразделениям.

13. Блок «Баланс: доходы и расходы»

13.1. Рассчитайте натуральные показатели деятельности издания в течение года («Количество номеров», «Средняя цена за экз.», «Средний номерной тираж», «Средние номерные продажи», «Среднее номерное количество полос»).

13.2. Рассчитайте объемы реализации (доход) по номерам планируемого года и суммарный показатель (итого) доходной части по разделам и статьям разделов: «Реклама», «Розничные продажи тиража», «Подписка», «Франчайзинг», «Предпечатная подготовка-аутсорсинг», «Дизайн и креатив», «Маркетинговые исследования», «Рейтинги-аутсорсинг», «Конференции, круглые столы и семинары», «Проекты thinktank», «Посреднические услуги».

13.3. Рассчитайте себестоимость продукции (расходы) по номерам планируемого года и суммарный показатель (итого) расходной части по разделам и статьям разделов: «Оплата труда персонала», «Типографские расходы», «Предпечатная подготовка типографии», «Приобретение фотоматериалов», «Иллюстраций и информация», «Экспедирование», «Присутствие в сетях распространения», «Износ основных средств», «Командировочные и представительские расходы».

13.4. Рассчитайте коммерческие расходы по номерам планируемого года и суммарный показатель (итого) коммерческой расходной части по разделам и статьям разделов: «Прямая реклама и промо», «Включение в подписной каталог», «Рассылка номеров», «Комиссионные вознаграждения», «Реклама третьих лиц», «Оформление мероприятий», «Продвижение в сетях распространения».

13.5. Рассчитайте управленческие расходы по номерам планируемого года и суммарный показатель (итого) управленческой расходной части по разделам и статьям разделов: «Оплата труда управленческого состава», «Аренда», «Эксплуатационные и коммунальные расходы», «Охрана», «Связь», «Транспортные расходы», «Текущий ремонт», «Материалы», «Информационные услуги», «Маркетинговые исследования», «Консультационные услуги», «Юридические услуги», «Аудиторские услуги», «Страховые услуги», «Командировочные расходы», «Представительские расходы», «Износ нематериальных активов».

13.6. Рассчитайте итоговый суммарный показатель расходной части медиа-предприятия по месяцам и по планируемого году.

13.6. Рассчитайте итоговые показатели деятельности медиа-предприятия по номерам планируемого года и суммарные итоговые показатели деятельности по следующим разделам: «Прибыль (убыток) от продаж», «Прибыль (убыток) до налогообложения», «Текущий налог на прибыль», «Чистая прибыль (убыток)».