

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

Методические указания
по выполнению практических работ по дисциплине
«Бизнес-аналитика и организация бизнес-процессов в медиа»

для студентов направления подготовки 42.04.02 Журналистика
направленность (профиль) «Медиаменеджмент и медиааналитика»

Ставрополь, 2026

Введение

Методические рекомендации к практическим занятиям студентов по дисциплине «Новые медиа в креативных индустриях» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению 42.04.02 Журналистика.

Цель курса – сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Задачи освоения дисциплины:

- изучить ключевые бизнес-модели, метрики и процессы в медиаиндустрии;
- изучить методологию бизнес-аналитики;
- научиться выявлять тренды медиарынка и адаптировать бизнес-стратегии под изменения;
- освоить стратегии монетизации и управления аудиторией.

Требования к результатам освоения дисциплины. Процесс изучения дисциплины направлен на формирование у студентов следующих компетенций:

ПК-3 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики / медиа.

ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ

Практическое занятие № 1

Тема: Введение в бизнес-аналитику в медиаиндустрии

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: бизнес-аналитика стала ключевым инструментом для принятия решений в медиа, позволяя оптимизировать контент, аудиторию и монетизацию на основе данных.

Вопросы и задания:

1. Понятие бизнес-аналитики и её роль в медиа.
2. Особенности медиабизнеса: ключевые процессы и метрики.
3. Основные инструменты анализа данных в журналистике.
4. Кейсы успешного применения аналитики в медиакомпаниях.

Теоретическая часть:

Современные медиа не могут существовать без анализа данных. Бизнес-аналитика помогает понять аудиторию, оценить эффективность контента и оптимизировать процессы. Основные инструменты — Google Analytics, Tableau, CRM-системы. Например, The New York Times использует data-driven подход для персонализации новостей. Без этих навыков медиа рискуют отстать от конкурентов.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 2.

Тема: Бизнес-модели современных медиа

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: цифровая трансформация требует новых подходов к монетизации, а понимание бизнес-моделей помогает медиа выживать в условиях конкуренции.

Вопросы и задания:

- 1 Традиционные и цифровые бизнес-модели СМИ.
2. Подписки, реклама, платный контент: как монетизировать медиа.

3. Гибридные модели.

4. Анализ эффективности бизнес-моделей на примере ведущих медиа.

Теоретическая часть:

Традиционные модели (реклама, подписки) дополняются цифровыми: платный доступ (Paywall), краудфандинг, нативная реклама. Успешные примеры — The Guardian (донации) и Netflix (подписки). Важно комбинировать источники дохода, чтобы снизить риски. Например, 60% доходов Axel Springer теперь — цифровые.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. — Новосибирск : НГТУ, 2022. — 110 с. — ISBN 978-5-7782-4852-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. — Москва : Университет Синергия, 2021. — 216 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. — Библиогр.: с. 212-213. — ISBN 978-5-4257-0511-2. — DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. — Самара : Самарский университет, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-7883-1802-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 3.

Тема: Data-driven журналистика и аналитика контента

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: журналистика на основе данных повышает доверие аудитории и открывает новые форматы storytelling, востребованные в эпоху информационного перегруза.

Вопросы и задания:

1. Как данные меняют производство контента.
2. Методы сбора и анализа данных для журналистских расследований.
3. Визуализация данных в медиа (инфографика, дашборды).
4. Примеры успешных data-проектов в журналистике.

Теоретическая часть:

Применение методов анализа данных революционизирует подходы к созданию и распространению контента. Data-журналистика сочетает классические репортерские методики с компьютерным анализом больших массивов информации. Технологии визуализации данных позволяют представлять сложную информацию в доступной форме. Международные расследования наглядно демонстрируют потенциал этих методов. Внедрение data-подходов требует от журналистов освоения новых цифровых компетенций.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. — Новосибирск : НГТУ, 2022. — 110 с. — ISBN 978-5-7782-4852-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 4.

Тема: Управление аудиторией и медиаметрия

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: рост конкуренции за внимание пользователей делает анализ поведения аудитории критически важным для удержания и монетизации подписчиков.

Вопросы и задания:

1. Ключевые метрики аудитории.
2. Анализ поведения пользователей на сайтах и в соцсетях.
3. Персонализация контента и рекомендательные системы.
4. Как медиа используют аналитику для роста аудитории.

Теоретическая часть:

Современные медиаметрические системы обеспечивают детальный анализ поведения аудитории на цифровых платформах. Ключевые показатели (DAU/MAU, вовлеченность, конверсия) позволяют оценивать эффективность контент-стратегий. Персонализация контента на основе поведенческих данных стала стандартом для ведущих медиа (Netflix, Spotify). Прогнозная аналитика помогает предсказывать интересы аудитории и адаптировать контент. Оптимизация пользовательского опыта напрямую влияет на монетизационный потенциал медиапродуктов.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 5.

Тема: Цифровая трансформация медиакомпаний

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: внедрение AI, блокчейна и автоматизации редакционных процессов — необходимость для сокращения издержек и повышения скорости производства контента..

Вопросы и задания:

1. Что такое цифровая трансформация в медиа.
2. Автоматизация редакционных процессов (CMS, AI-инструменты).
3. Внедрение новых технологий .
4. Кейсы цифровизации ведущих изданий.

Теоретическая часть:

Процессы цифровизации затрагивают все аспекты деятельности современных медиа - от производства контента до его дистрибуции. Внедрение ИИ-решений автоматизирует создание рутинного контента. Блокчейн-технологии предлагают новые механизмы верификации информации. Иммерсивные форматы (VR/AR) создают инновационные способы подачи новостей. Успешная трансформация требует комплексного пересмотра организационных процессов и инвестиций в цифровую инфраструктуру.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> . – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 6.

Тема: Финансовая аналитика и управление бюджетами в медиа

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: умение считать юнит-экономику и ROI проектов спасает медиа от убытков в условиях кризиса традиционных рекламных моделей.

Вопросы и задания:

1. Основы финмоделирования для медиапроектов.
2. Анализ доходов и расходов медиакомпаний.
3. Оптимизация бюджета: на чём можно и нельзя экономить.
4. Разбор кейсов прибыльных и убыточных медиа.

Теоретическая часть:

Современные медиакомпании требуют sophisticated финансового управления для обеспечения устойчивости бизнеса. Юнит-экономика позволяет анализировать прибыльность отдельных продуктов и аудиторных сегментов. Показатели LTV и CAC становятся критически важными для оценки эффективности маркетинговых стратегий. Финансовый моделирование помогает прогнозировать cash flow и оценивать инвестиционные проекты. Оптимизация бюджетов требует баланса между качеством контента и экономической эффективностью его производства.

Литература**Основная литература:**

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> . – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 7.**Тема: Маркетинг и продвижение медиапродуктов**

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: без грамотного digital-маркетинга даже качественный контент теряется в шуме соцсетей и поисковых систем.

Вопросы и задания:

1. Digital-маркетинг для СМИ: инструменты и стратегии.
2. Контент-маркетинг и SEO в медиа.
3. Продвижение в соцсетях и работа с лидерами мнений.
4. ROI маркетинговых кампаний.

Теоретическая часть:

Современные медиамаркетинговые стратегии интегрируют digital-инструменты и data-аналитику. SEO-оптимизация и контент-маркетинг формируют органический трафик на цифровые платформы. Таргетированная реклама в социальных сетях обеспечивает точное попадание в целевую аудиторию. Performance-маркетинг позволяет оценивать ROI рекламных кампаний в режиме реального времени. Эффективные промо-стратегии сочетают paid, owned и earned media подходы.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Практическое занятие 8.

Тема: Управление редакцией и agile-подходы

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: гибкие методологии ускоряют выпуск контента и адаптацию к трендам, что критично для современных редакций.

Вопросы и задания:

1. Agile и Scrum в управлении редакциями.
2. Как организовать workflow в цифровой редакции.
3. Метрики эффективности работы журналистов.
4. Кейсы внедрения agile в медиакомпаниях.

Теоретическая часть:

Гибкие методологии управления (Agile, Scrum) революционизируют работу современных редакций. Итеративный подход ускоряет производство контента и повышает его релевантность. Кросс-функциональные команды заменяют традиционную вертикальную структуру редакций. Инструменты управления проектами оптимизируют координацию между отделами. Внедрение agile-культуры требует изменения менталитета и системы мотивации сотрудников.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст :

электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. — Москва : Университет Синергия, 2021. — 216 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. — Библиогр.: с. 212-213. — ISBN 978-5-4257-0511-2. — DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. — Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. — Самара : Самарский университет, 2022. — 80 с. — ISBN 978-5-7883-1802-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. — Новосибирск : НГТУ, 2022. — 110 с. — ISBN 978-5-7782-4852-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. — Москва : Университет Синергия, 2021. — 216 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. — Библиогр.: с. 212-213. — ISBN 978-5-4257-0511-2. — DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. — Текст : электронный.

Практическое занятие 9.

Тема: Стартапы в медиа

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: медиарынок требует инноваций, а успешные стартапы доказывают: даже небольшие проекты могут находить ниши.

Вопросы и задания:

1. Бизнес-план для медиастартапа.
2. Привлечение инвестиций в медиапроекты.
3. Разбор успешных и провальных медиастартапов.

Теоретическая часть:

Современные медиастартапы строят бизнес-модели на принципах scalability и unit-экономики. Анализ метрик ARPU и CAC позволяет оценивать устойчивость бизнес-модели. Успешные кейсы (Substack, Semafor) демонстрируют потенциал нишевых медиапроектов. Привлечение инвестиций требует четкого понимания путей монетизации и роста. Провальные кейсы (Quartz, Vice) показывают важность финансовой дисциплины даже для инновационных проектов.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. — Новосибирск : НГТУ, 2022. — 110 с. — ISBN 978-5-7782-4852-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. — Москва : Университет Синергия, 2021. — 216 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. —

URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> . – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

Практическое занятие 10.

Тема: Будущее медиа: тренды и прогнозы

Цель: сформировать компетенции в области бизнес-аналитики, управления процессами и данными в современных медиакомпаниях.

Формируемые компетенции: ПК-3

Актуальность темы: понимание трендов (AI, метавселенные, новые платформы) помогает прогнозировать изменения и готовить стратегии на 5–10 лет вперед..

Вопросы и задания:

1. Главные технологические тренды в медиа (AI, Big Data, метавселенные).
2. Потребление контента.
3. Регулирование и этика данных в журналистике.
4. Сценарии развития медиарынка в ближайшие 5–10 лет.

Теоретическая часть:

Медиаиндустрия стоит на пороге радикальных трансформаций, вызванных технологическими инновациями. Генеративный ИИ меняет процессы создания и персонализации контента. Метавселенные создают новые платформы для иммерсивного потребления информации. Децентрализованные медиа предлагают альтернативные модели дистрибуции. Адаптация к этим изменениям требует стратегического планирования и инвестиций в новые компетенции.

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829> . – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**
**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**
«СЕВЕРО-КАВКАЗСКИЙ ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**МЕТОДИЧЕСКИЕ
РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ СТУДЕНТОВ ПО ОРГАНИЗАЦИИ
САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ «БИЗНЕС-АНАЛИТИКА И ОРГАНИЗАЦИЯ БИЗНЕС-
ПРОЦЕССОВ В МЕДИА»**

Направление подготовки
Магистерская программа

42.04.02 Журналистика
Медиаменеджмент и медиааналитика

Ставрополь, 2026

1. Введение

Методические рекомендации к самостоятельной работе студентов по дисциплине «Бизнес-аналитика и организация бизнес-процессов в медиа» разработаны в соответствии с рабочей программой дисциплины по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, магистерская программа «Медиаменеджмент и медиааналитика».

Основной формой работы студента является не только работа на лекции, изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, но и практические занятия, которые позволят глубоко проникнуть в суть рассматриваемой проблемы. Но для успешной учебной деятельности, ее интенсификации необходимо учитывать следующие субъективные факторы:

1. Знание программного материала, наличие прочной системы знаний, необходимой для усвоения основных дисциплин, предусмотренных программой.

2. Наличие выработанных умений, навыков умственного труда:

а) умение делать глубокий, обстоятельный анализ при работе с книгой, Интернет-источниками;

б) владение логическими операциями: сравнение, анализ, обобщение, определение понятий, правила систематизации и классификации.

3. Специфика познавательных психических процессов: внимание, память, речь, наблюдательность, интеллект и мышление.

4. Хорошая работоспособность, которая обеспечивается нормальным физическим состоянием.

5. Соответствие избранной деятельности, профессии индивидуальным способностям. Необходимо выработать умение саморегулировать свое эмоциональное состояние и устранять обстоятельства, нарушающие деловой настрой, мешающие намеченной работе.

6. Овладение оптимальным стилем работы, обеспечивающим успех в деятельности.

7. Уровень требований к себе, определяемый сложившейся самооценкой.

Адекватная оценка знаний, достоинств, недостатков – важная составляющая самоорганизации человека, без нее невозможна успешная работа по управлению своим поведением, деятельностью.

По наблюдениям исследователей педагогов, одна из основных особенностей обучения заключается в том, что постоянный внешний контроль заменяется самоконтролем, активная роль в обучении принадлежит уже не столько преподавателю, сколько студенту.

2. Общая характеристика самостоятельной работы студента при изучении дисциплины

Самостоятельная работа студента в рамках дисциплины «Новые медиа в креативных индустриях» понимается как планируемая учебная работа, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия.

Самостоятельная работа направлена на формирование следующей компетенции:

ПК-3 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики / медиа.

Цель самостоятельной работы студентов в процессе изучения дисциплины «Бизнес-аналитика и организация бизнес-процессов в медиа» – научить студента осмысленно работать с:

1) учебным материалом по дисциплине;

2) научной информацией, актуальными исследованиями в области массовой коммуникации;

- 3) эмпирическими данными, получаемыми в ходе экспериментальных исследований;
- 4) методологическими подходами современных исследований;
- 5) конкретными методами и методиками.

3. План-график выполнения самостоятельной работы

	Наименование тем дисциплины, их краткое содержание; вид самостоятельной работы	Форма контроля	Зачетные единицы (часы)
	3 семестр		
	Бизнес-модели современных медиа	собеседование	7
	Управление аудиторией и медиаметрия	собеседование	7
	Финансовая аналитика и управление бюджетами в медиа	собеседование	7
	Маркетинг и продвижение медиапродуктов	собеседование	7
	Итого		28ч.

Для выполнения самостоятельной работы необходимо пользоваться литературой, которая предложена в списке рекомендуемой литературы, Интернет-ресурсами или другими источниками по усмотрению студента.

При изучении дисциплины предусматриваются следующие формы самостоятельной работы студента: конспектирование текста с последующим собеседованием и выполнение письменного задания.

4. Методические рекомендации по изучению теоретического материала

Целью теоретической части является закрепление и углубление теоретических знаний, полученных слушателем в процессе прослушивания лекций, самостоятельного изучения материала согласно рабочей программе курса «Новые медиа в креативных индустриях». Чтение основной и дополнительной литературы по курсу с конспектированием по разделам.

Самостоятельная работа при чтении учебной литературы начинается с изучения конспекта материала, полученного при слушании лекций преподавателя. Полученную информацию необходимо осмыслить. При необходимости, в конспект лекций могут быть внесены схемы, другая дополнительная информация. При изучении нового материала также составляется конспект. Сжато излагается самое существенное в данном материале.

Работа с электронными ресурсами в сети Интернет.

Для повышения эффективности самостоятельной работы студент должен уметь работать в поисковой системе сети Интернет и использовать найденную информацию при подготовке к занятиям. Поиск информации можно вести по автору, заглавию, виду издания, году издания или издательству. Также в сети Интернет доступна услуга по скачиванию методических указаний и учебных пособий, подбору необходимой научной литературы.

Конспектирование и реферирование первоисточника и научно-исследовательской литературы.

Конспект представляет собой дословные выписки из текста источника. При этом необходимо понимать, что конспект – это не полное переписывание чужого текста. Необходимо знать, что при написании конспекта сначала прочитывается текст – источник, в нём выделяются основные положения, подбираются примеры, идёт перекомпоновка материала, а уже затем оформляется текст конспекта. Конспект может быть полным, когда работа идёт со всем текстом источника или неполным, когда интерес представляет какой-либо один или несколько вопросов, затронутых в источнике.

Реферирование — это сложный творческий процесс, в основе которого лежит умение выделить главную информацию из текста первоисточника. Реферирование –

процесс аналитически-синтетического обработки информации, которая заключается в анализе первичного документа, нахождении значимых в смысловом отношении данных (основных положений, фактов, доведите день, результатов, выводов) Реферирование имеет целью сократить физический объем первичного документа при сохранении его основного смыслового содержания, используется в научной, издательской, информационной и библиографической деятельности.

5. Методические указания по подготовке к зачету с оценкой

Виды самостоятельной работы: подготовка к практическим и семинарским занятиям, подготовка к собеседованию, работа с литературными источниками и вопросами для самопроверки, подготовка к зачету.

Формы самостоятельной работы: – письменная (конспектирование), письменнo-устная (написание конспектов с последующим выступлением на семинаре); устная (работа с литературой, подготовка к сдаче экзамена); - индивидуальная (выступление), групповая (дискуссия). Методы контроля самостоятельной работы преподавателем: – оценка выступления, грамотное и последовательное раскрытие основных вопросов заданной темы; - оценка презентации, учитывающая умение выразить личную позицию автора по поставленной проблеме, излагать ее последовательно и логично, формулировать и обосновывать собственные суждения. Надлежащее выполнение студентами заданий для самостоятельной работы способствует формированию и развитию профессионально значимых знаний, навыков и компетенций

Вопросы к собеседованию приведены в Фонде оценочных средств рабочей программы дисциплины.

6. Список литературы, использованной при составлении методических рекомендаций

Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Литература

Основная литература:

Бизнес-аналитика : учебное пособие / Н. А. Щербакова, А. А. Астра, А. А. Балабин [и др.]. – Новосибирск : НГТУ, 2022. – 110 с. – ISBN 978-5-7782-4852-6. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/404489>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Бизнес-коммуникации руководителя: мастер-класс : учебное пособие : [16+] / М. А. Лукашенко, В. С. Радченко, А. А. Шавырина, Т. Ю. Добровольская. – Москва : Университет Синергия, 2021. – 216 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=613829>. – Библиогр.: с. 212-213. – ISBN 978-5-4257-0511-2. – DOI 10.37791/978-5-4257-0511-2-2021-1-216. – Текст : электронный.

Дополнительная литература:

Тюкавкин, Н. М. Аналитика и управление бизнес-процессами предприятий и организаций : учебное пособие / Н. М. Тюкавкин, Е. А. Миронова. – Самара : Самарский университет, 2022. – 80 с. – ISBN 978-5-7883-1802-8. – Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. – URL: <https://e.lanbook.com/book/336443>. – Режим доступа: для авториз. пользователей.