

Министерство образования и науки Российской Федерации  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего профессионального образования  
Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова

К.В. Антипов, Г.Н. Степанова,  
А.Н. Шеремет, Г.М. Авраменко, В.А. Бирюков,  
Н.А. Григорян, А.А. Плигузов

**Разработка  
стратегии развития организаций  
медиаиндустрии на основе цифровой  
инфраструктуры бизнеса**

*Монография*

Москва  
2012

УДК 005.21:004.738.5  
ББК 65.012.1  
Р 17

Р е ц е н з е н т ы:

*Яковлева С.Н.*, Заслуженный работник Высшей школы,  
кандидат экономических наук, доцент;  
*Кондрашова В.К.*, зам. зав. кафедрой «Менеджмент»,  
доктор экономических наук, профессор.

**К.В. Антипов, Г.Н. Степанова, А.Н. Шеремет, Г.М. Авраменко,  
В.А. Бирюков, Н.А. Григорян, А.А. Плигузов**

Р 17 Разработка стратегии развития организаций медиаиндустрии на основе цифровой инфраструктуры бизнеса; под ред. д.э.н., проф. Г.Н. Степановой. — М. : МГУП имени Ивана Федорова, 2012. — 432 с.

ISBN 978-5-8122-1212-4

В монографии рассматриваются особенности становления информационного общества как сложного, многоаспектного технико-технологического и социально-экономического феномена. Рассмотрен сетевой принцип структуризации мирового пространства, специфика интернет-экономики и интернет-бизнеса, раскрыта сущность цифровой инфраструктуры бизнеса и электронных коммуникаций.

Особое внимание уделено разработке кросс-медийной стратегии развития организаций медиаиндустрии: понятие, логика и модели стратегического сценарного планирования деятельности медиа-организаций. Исследованы особенности производства кросс-медийного издания. Даны рекомендации по созданию транспрофессиональной кросс-медийной команды.

Особенностью монографии является культурологический тезаурус, содержащий оригиналы основных источников, к которым может обратиться читатель в ходе изучения данной темы.

Монография предназначена для научных работников, экономистов-менеджеров, других специалистов медиаиндустрии, а также для аспирантов и студентов.

Печатается в авторской редакции.

УДК 004: [005.342:655.4/5]  
ББК 76.17

ISBN 978-5-8122-1212-4

- © Антипов К.В., Степанова Г.Н., Шеремет А.Н., Авраменко Г.М., Бирюков В.А., Григорян Н.А., Плигузов А.А., 2012
- © Московский государственный университет печати имени Ивана Федорова, 2012

## СОДЕРЖАНИЕ

<b>ВВЕДЕНИЕ</b> .....	4
<b>1. СТАНОВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЩЕСТВА В XXI ВЕКЕ</b> .....	6
1.1. Информационная парадигма: сущность и содержание.....	6
1.2. Сетевой принцип структуризации цифрового пространства .....	17
1.3. Интернет-экономика: предпосылки возникновения, роль и значение в современном бизнесе .....	36
1.4. Интернет-технологии как инструмент управления организацией в информационной экономике .....	66
<b>2. ОСОБЕННОСТИ ЭЛЕКТРОННОГО БИЗНЕСА В ИНТЕРНЕТ-ЭКОНОМИКЕ</b> .....	83
2.1. Предпринимательство в интернет-экономике: понятие, принципы, содержание .....	83
2.2. Механизмы инвестирования электронного бизнеса.....	115
<b>3. КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ РАЗВИТИЯ МЕДИАИНДУСТРИИ В XXI ВЕКЕ</b> .....	124
3.1. Тенденции развития электронных коммуникаций в России и в мире .....	124
3.2. Новые направления распространения медиапродукта .....	141
3.3. Сценарии развития медиарынка в России .....	168
<b>4. РАЗРАБОТКА КРОСС-МЕДИЙНОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ ОРГАНИЗАЦИЙ МЕДИАИНДУСТРИИ</b> .....	186
4.1. Стратегическое планирование деятельности организации на интернет-рынке: понятие, логика и модели.....	186
4.2. Алгоритм разработки конвергентной стратегии медиа-холдинга.....	209
Создание транспрофессиональной кросс-медийной команды.....	294
<b>ЗАКЛЮЧЕНИЕ</b> .....	319
<b>БИБЛИОГРАФИЧЕСКИЙ СПИСОК</b> .....	323
<b>Приложения</b> .....	331