

В. Л. Иваницкий

ОСНОВЫ БИЗНЕС- МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ

*Допущено УМО по классическому университетскому образованию
в качестве учебного пособия для студентов высших учебных заведений,
обучающихся по направлению 030600 «Журналистика»
и специальности 030601 «Журналистика»*


АСПЕКТ ПРЕСС
Москва
2010

УДК 070
ББК 76.01
И19

Р е ц е н з е н т ы:

доктор филологических наук, декан факультета журналистики МГУ
имени М. В. Ломоносова, заведующая кафедрой теории и экономики СМИ

Е. Л. Вартанова

доктор исторических наук, профессор факультета
журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова

С. М. Гуревич,

кандидат филологических наук, профессор,
декан факультета журналистики УрГУ имени А. М. Горького

Б. Н. Лозовский

Иваницкий В. Л.

И19 Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов
вузов / В. Л. Иваницкий. — М.: Аспект Пресс, 2010. — 254 с.

ISBN 978–5–7567–0576–8

Курс «Основы бизнес-моделирования СМИ» читается студентам старших курсов факультета журналистики МГУ имени М. В. Ломоносова и посвящен вопросам менеджмента СМИ. Его цель — дать представление о технологии создания и механизмах оптимального функционирования фирмы массмедиа как интегрального бизнес-процесса в рамках одноименной отрасли национальной экономики России.

УДК 070
ББК 76.01

ISBN 978–5–7567–0576–8

© Иваницкий В. Л., 2010
© Оформление. ЗАО Издательство
«Аспект Пресс», 2010

Все учебники издательства «Аспект Пресс» на сайте
www.aspectpress.ru

Содержание

Тема 1. Объект, предмет, цели и задачи курса	3
Тема 2. Отрасль массмедиа (СМИ)	10
Тема 3. Фирма массмедиа	30
Тема 4. Моделирование СМИ	44
Тема 5. Регулярный менеджмент	52
Тема 6. Структура фирмы	69
Тема 7. Бизнес-план	102
Тема 8. Трансформация ВТК в фирму	118
Тема 9. Создание системы маркетинга	133
Тема 10. Клиентская база фирмы	149
Тема 11. Бюджет фирмы	168
Тема 12. Доходная часть бюджета	181
Тема 13. Расходная часть бюджета	196
Тема 14. Финансовая политика	206
Тема 15. Учет	222
Тема 16. Логистика	237
Заключение	245
Список литературы	246