

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/239572>

Тип работы: Магистерская работа

Предмет: Журналистика

Введение 3

ГЛАВА 1. Теоретические аспекты бизнес-моделирования 5

1.1. Сущность бизнес-моделей 5

1.2. Типы бизнес-моделей в медиа 13

1.3. Инструменты бизнес-моделирования 33

ГЛАВА 2. СОВРЕМЕННЫЕ МОДЕЛИ МЕДИАХОЛДИНГОВ 50

2.1 Становление медиахолдингов 50

2.2 Интегрированные бизнес-модели в медиаиндустрии: ответы на вызовы новой эпохи 61

2.3 Бизнес-модели распространения аудиовизуального контента в сети интернет 81

ГЛАВА 3. Развитие модели медиахолдингов 96

3.1 Особенности развития крупнейших межрегиональных медиахолдингов России 96

3.2 Особенности развития и налогообложения медиаиндустрии на современном этапе 102

ЗАКЛЮЧЕНИЕ 114

Литература 116

Введение

Трансформация медиаиндустрии еще далека от завершения. Технологические изменения будут продолжать создавать как возможности, так и угрозы для медиакомпаний, меняя ландшафт отрасли и стратегии ее игроков, оставляя за собой разнообразие бизнес-моделей.

Тяжелый мировой финансовый кризис, начавшийся в 2008 году, не остановит процветание отрасли - медиаиндустрия не так зависит от банковского кредитования, как другие сектора экономики, - но он, безусловно, повлияет на этот рынок, главным образом, через временное замедление темпов роста бюджетов рекламодателей. И кризис, вероятно, послужит катализатором дальнейших изменений в отрасли. В ситуации, когда крупные изменения неизбежны, "даже компании с сильной базой активов могут потерять свое конкурентное преимущество, если они не смогут разработать новые стратегические активы, чтобы реагировать на развивающийся рынок".

Уже сейчас можно прогнозировать, что наиболее успешными бизнес-моделями будут те, которые оптимально сбалансируют интересы как потребителей контента, так и рекламных клиентов, и соответствующих отраслевых партнеров. Умение строить долгосрочные партнерские отношения - один из самых востребованных навыков современного медиа менеджера.

Новые условия конкуренции на рынке за аудиторию и рекламодателей требуют от медиакомпаний фактической переподготовки творческих и управленческих команд.

Журналисты должны уметь создавать контент как в печатных изданиях, так и в Интернете, а редакторы должны уметь агрегировать контент, точно определять предпочтения различных групп в рамках общей аудитории, использовать новейшие редакционные технологии ИТ, графический дизайн, маркетинг, финансы и др. Они должны быть осведомлены. Специалисты по продажам должны знать и анализировать не только свою собственную продукцию, но и ряд сопутствующих товаров, которые влияют на эффективность всей рекламной кампании клиента.

Это требует все больших инвестиций в повышение квалификации персонала, каналы обратной связи с читателями и рекламодателями, покупку современных ИТ-систем, маркетинговые исследования, рекламу и продвижение.

Эти инвестиции не имеют смысла для компаний, которые не имеют четкой стратегии на ближайшие 5-7 лет, имеют структуры, не способные быстро реагировать на изменения, и не желают инвестировать в высокорискованные инновационные проекты. Это приведет к дальнейшей концентрации в медиаиндустрии, исчезновению более слабых игроков и повышению барьеров для входа в отрасль.

Все прогнозы указывают на дальнейший рост рекламного рынка, что должно повысить прибыльность

оставшихся на рынке игроков.

Цель работы – изучить бизнес-модели современных медиахолдингов.

Задачи работы:

1. изучить теоретические аспекты бизнес-моделирования;
2. исследовать современные модели медиахолдингов;
3. изучить развитие модели медиахолдингов

Объект исследования – предприятия медиахолдинги.

Предмет исследования - бизнес-модели современных медиахолдингов.

ГЛАВА 1. Теоретические аспекты бизнес-моделирования

1.1. Сущность бизнес-моделей

При выборе методологии направления и формы совершенствования системы управления предприятиями бизнеса следует руководствоваться их историческим опытом и уникальными возможностями.

Анализ практических обследований и теоретических исследований ряда предприятий, проведенных авторами данной статьи, показывает, что формирование бизнес-моделей позволяет достаточно конструктивно улучшить традиционную систему управления унитарными предприятиями, однако выбор характеристик и свойств управления с учетом отраслевых особенностей, специализации, накопленных компетенций и рутин предприятия должен быть теоретически обоснован. Было показано, что обоснование необходимо.

Опираясь на системный подход и общие принципы управления производством, необходимо действовать следующим образом

1. поскольку управление на основе бизнес-модели направлено на обеспечение эффективности основных функций и повышение конкурентоспособности, в модель управления необходимо интегрировать структурные элементы и процессы воплощения идей в реальные результаты. В частности, к ним относятся структуры, процедуры планирования стратегического развития, бизнес-модели, инновации, действия, проекты, программы и подсистемы, отвечающие за реализацию бизнес-плана.
2. все бизнес-процессы предприятия должны быть правильно формализованы, с учетом ценностных и технических аспектов. Системные задачи управления предприятием являются требованием организационного развития, основанного на стратегических процессах. Производство и инновации. Мы считаем необходимым выделить ключевые производственные процессы в качестве объектов стратегической трансформации существующих систем управления.
3. определить приоритетность следующих процессов при принятии управленческих решений
 - эволюционное развитие предприятия. В этих рамках все элементы системы и сама организационная структура меняются с ног на голову, поддерживая и укрепляя эффективное функционирование и решение всех управленческих задач, в рамках которых постановка целей может быть скорректирована в ответ на изменения рыночной среды.
 - В рамках разработанной бизнес-модели создать специальную систему управления единичным производством, направленную на эффективное решение проблемы стабильности производства.
 - Перестроить существующую производственную структуру в процессную, учитывая разделение всего процесса управления на два независимых, но взаимосвязанных процесса: "инновации" и "операции".
- 3. использование в модели управления специальных алгоритмов рутинного формирования, регистрации и обмена операционными процессами на всех уровнях (организационное обучение, формирование человеческого капитала, инновации)
4. необходимо сформировать параметры целевого образа предприятия, т.е. набор стратегических характеристик и показателей предприятия, сформированных в результате реализации программы трансформации
5. построение бизнес-модели как интегратора цепочки создания стоимости, определяющей конкурентоспособность предприятия во внешней среде.

В условиях жесткой конкуренции и стратегической корпоративной среды высококвалифицированный персонал, занимающийся инновациями и разработкой проектов, является ключевым элементом системы адаптивного управления.

Стратегический менеджмент играет роль "постановщика проблем и задач" для процессов оперативного управления бизнес-процессами. Регулирование каждого бизнес-процесса предполагает выполнение конкретных управленческих задач и закрепляет некоторые из ключевых компетенций.

Понятие "бизнес-модель" организации в настоящее время является одним из наиболее однозначных и

структурированных терминов в современной научной литературе. Ряд авторов в своих работах представили исчерпывающий обзор подходов к определению этого понятия.

Давайте теперь рассмотрим концепцию бизнес-модели.

В самое простое определение гласит, что бизнес-модель - это способ ведения бизнеса, который генерирует доход и прибыль для предприятия. Бизнес-модель формально отражает процесс зарабатывания денег и детально определяет его природу и роль в цепочке создания стоимости.

По мнению исследователя П. Тиммерса, бизнес-модель состоит из описания продуктов, услуг, информационных потоков и различных участников бизнес-процесса, их роли в цепочке создания стоимости и потенциальной прибыли, из которой можно считать потоки доходов. Для понимания бизнес-миссии компании добавляется маркетинговая модель, которая объединяет бизнес-модель и маркетинговую стратегию искомых представителей бизнеса.

А. Предприниматель Остервальдер, "революционер" в области моделирования бизнес-процессов, и американский ученый в области информационных технологий и систем профессор Ив Пинье в своем совместном исследовании "Построение бизнес-моделей: справочник стратега и инноватора. Справочник стратега и инноватора". В нем говорится, что бизнес-модели интерпретируют то, как компании создают, передают и реализуют ценность.

Концепция авторов уточняет термин "бизнес-модель" на девять блоков, организованных в четыре бизнес-направления.

- Ориентирован на потребителя.
- Функциональные характеристики и качество продукции и услуг.
- Специальная инфраструктура
- Устойчивость рынка.

Бизнес-модель - это план того, как стратегия компании должна быть реализована в рамках ее внутренних структур, процессов и систем. Эффективность бизнеса основана на трех ключевых жизненных циклах: продукт, потребительский спрос и бизнес-модель. Если поворотные моменты в этих циклах не выявить и не управлять ими в нужное время, можно потерять значительную стоимость.

Ряд важных дополнений к определению термина "бизнес-модель" можно отметить в совместной работе исследователей.

- Термин "бизнес-модель" часто путают и неправильно понимают с термином "модель бизнес-процесса".
- Были предприняты попытки описать бизнес-модели с помощью языков моделирования, таких как UML, EPC и Petri Net.

По сути, бизнес-модель описывает процесс обмена ценностями между различными участниками бизнес-процесса.

Согласно, бизнес-модель - это концептуальное описание принципов работы предприятия.

Бизнес-модель описывает, как части бизнеса объединяются и интегрируются в единую структуру.

Бизнес-модели не отделены от стратегии, но и не идентичны ей. Бизнес-модели, в отличие от стратегий, не фокусируются на критериях производительности или эффективности.

Связь между бизнес-моделями и стратегиями может быть формально показана с помощью "уравнения ценности", предложенного в.

$Val = Mdl * Str$,

где Val - значение.

Mdl - бизнес-модель.

Str - Стратегия.

Предложенная взаимосвязь предполагает, что компании выбирают эффективную бизнес-модель для реализации своей стратегии и на этой основе решают задачу создания стоимости для клиентов и акционеров.

Классификация бизнес-моделей. Пол Тиммерс, вероятно, первым попытался классифицировать бизнес-модели электронной коммерции. В данной статье приводится краткое описание, преимущества (компания, клиент, поставщик) и примеры 11 моделей.

- Интернет-магазин (e-shop).
- Интернет-закупки (электронные закупки).
- Интернет-аукционы (электронный аукцион).
- Интернет-торговые центры (e-mall).
- Сторонний рынок; Виртуальное сообщество; Виртуальное сообщество.
- Виртуальное сообщество; электронный аукцион; электронный торговый центр; сторонний рынок;

виртуальное сообщество.

- Поставщики услуг цепочки создания стоимости.
- Интеграторы цепочки создания стоимости.
- Платформы для совместной работы.
- Информационные посредники.
- Доверительные услуги.

Другой подход предлагает восемь "атомарных бизнес-моделей". Вместо того чтобы пытаться создать полный список, этот автор выделил восемь моделей, которые можно комбинировать в различных формах, чтобы отразить практически любую бизнес-модель. Атомная бизнес-модель.

- Поставщик контента. Посредническое предоставление контента (информации, цифровых продуктов и услуг).
- Directto-Consumer. Предоставление продуктов или услуг непосредственно клиентам без необходимости использования традиционных каналов распределения;
- Поставщик полного спектра услуг. В рамках одной отрасли (например, финансовой, медицинской, химической и т.д.) они предоставляют все услуги без посредников и стараются замкнуть отношения со своими клиентами на себя.

Литература

1. Абдикеев Н., Данько Т. Бизнес-процессы предприятия. М.: Эксмо, 2017, 592 с.
2. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: Уч. пособие. – 3-е изд. – М.: ФОРУМ, 2019. — 256 с.
3. Бизнес-планирование: Учебник для вузов/ Под ред. В.М Попова, С.И. Ляпунова, С.Г. Млодика. – М.: Финансы и статистика, 2021. – 816 с.
4. Бизнес-процессы предприятия - Москва: Альпина Паблишер, 2018. - 132с.
5. Бобрышев, А.Д. Бизнес-модели в управлении устойчивым развитием предприятий: Учебник / А.Д. Бобрышев, В.М. Тумин, К.М. Тарабрин. - М.: Инфра-М, 2013. - 31 с.
6. Ватутин, С. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста / С. Ватутин, М.Е. Тришин. - СПб.: Питер, 2013. - 192 с.
7. Ватутин, С. Клонирование бизнеса. Франчайзинг и другие модели быстрого роста / С. Ватутин. - СПб.: Питер, 2013. - 192 с.
8. Визгунов А.Н. Бизнес-процессы предприятия. Вестник Нижегородского университета им. Н.И. Лобачевского. 2019. № 2-1. С. 224-229
9. Винстон, У. Бизнес-моделирование и анализ данных. Решение актуальных задач с помощью Microsoft Excel / У. Винстон. - СПб.: Питер, 2006. - 320 с.
10. Головань, С.И. Бизнес-планирование / С.И. Головань – М.: Феникс, 2019. – 320 с.
11. Долганова, О.И. Моделирование бизнес-процессов: Учебник и практикум для академического бакалавриата / О.И. Долганова, Е.В. Виноградова, А.М. Лобанова. - Люберцы: Юрайт, 2016. - 289 с.
12. Дотлих, Д. 11 врагов руководителя. Модели поведения, способные разрушить карьеру и бизнес / Д. Дотлих. - М.: Альпина Паблишер, 2018. - 186 с.
13. Дотлих, Д. Темная сторона силы: Модели поведения руководителей, которые могут стоить карьеры и бизнеса / Д. Дотлих, П. Кейро. - М.: Альпина Паблишер, 2012. - 186 с.
14. Зингер, М. Презентация бизнес-плана: пример подготовки презентации [Электронный ресурс]. – Режим доступа: // (далее сюда копируйте и вставляете адрес сайта)
15. Зубок, А.С. Телевизионный бизнес: Бизнес-модели, Технологии, Стратегии Методы / А.С. Зубок. - М.: Школа издательского и медиа би, 2012. - 560 с.
16. Калашян, А.Н. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии / А.Н. Калашян, Г.Н. Калянов. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 256 с.
17. Калянов, Г.Н. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии / Г.Н. Калянов. - М.: Финансы и статистика, 2009. - 256 с.
18. Каргина, Е.Н. Аспекты построения учетно-аналитической модели бизнес-структуры в ерп-системе «1с: управление предприятием» согласно методологии рсбу и мсфо» / Е.Н. Каргина, С.А. Морозов, Е.Г. Сергиенко. - М.: Русайнс, 2016. - 160 с.
19. Катаев, М.Ю. Бизнес-процессы предприятия // Управление экономическими системами: электронный научный журнал 2017. №10. с. 53
20. Ковалев, В.В. Структурные модели бизнеса: DFD-технологии / В.В. Ковалев. - М.: Финансы и статистика,

2009. - 256 с.

21. Кохно, П.А. Модели управления бизнесом корпораций / П.А. Кохно, А.П. Кохно, Н.В. Лясников. - М.: Русайнс, 2016. - 64 с.

22. Кузнецов О.П., Махметова А.Е. Бизнес-процессы предприятия. Вестник Саратовского государственного технического университета. 2019. Т. 1. №1 (69). С. 289-292.

23. Липсиц, И.А. Бизнес-план – основа успеха: Практическое пособие / И.А. Липсиц – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Дело, 2021. – 112 с.

24. Мадера, А.Г. Бизнес-процессы и процессное управление в условиях неопределенности: Количественное моделирование и оптимизация / А.Г. Мадера. - М.: Ленанд, 2019. - 160 с.

25. Маклаков, А.Г. Моделирование бизнес-процессов с ALLFusion Process Modeler (BPwin 4.1). / А.Г. Маклаков. - М.: Диалог-МИФИ, 2008. - 240 с.

26. Маклаков, С.В. Моделирование бизнес-процессов с ALLFusion PM. / С.В. Маклаков. - М.: Диалог-МИФИ, 2008. - 224 с.

27. Маркова, В.Д. Бизнес-планирование / В.Д. Маркова, Н.А. Кравченко. — М.: Проспект, 2019. – 216 с.

28. Милёхина О.В. Бизнес-процессы предприятия. Сибирская финансовая школа. 2018. № 3. С. 111-114.

29. Минаева Е.В. Бизнес-процессы предприятия // Наука и Мир. 2020. Т. 2. №5 (9). С. 36-38.

30. Моазед, А. Платформа. Практическое применение революционной бизнес-модели / А. Моазед. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 288 с.

31. Морозова Ю.С., Могхарбел Н.О. Бизнес-процессы предприятия. Вестник магистратуры. 2019. № 9-10. С. 83-85.0

32. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: учебное пособие / В. А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 256 с. — (Профессиональное образование).

33. Морошкин, В. А. Бизнес-планирование: Учебное пособие / В.А. Морошкин, В. П. Буров. — М.: ФОРУМ: ИНФРА-М, 2019. — 256 с.

34. Новости искусственного интеллекта: Нечеткие множества в экономике, финансах и бизнесе. Моделирование не-факторов / Под ред. В.Б. Тарасова. - М.: КомКнига, 2004. - 144 с.

35. Орешков И.В. Бизнес-процессы предприятия. Известия высших учебных заведений. Проблемы полиграфии и издательского дела. 2017. № 1. С. 146-154. 0

36. Орлова, Е.Р. Бизнес-план: основные проблемы и ошибки, возникающие при его написании / Е.Р. Орлова. – 2-е изд., испр. и доп. – Омега-Л, 2021. – 152 с.

37. Петухова, С.В. Бизнес – планирование / С.В. Петухова. — М.: Омега – Л, 2019. – 236 с.

38. Платонова, Н.А. Планирование деятельности предприятия / Н.А Платонова, Т.В. Харитонова. — М.: Дело и сервис, 2018. – 432 с.

39. Попов В.Н., Островская В.Н. Бизнес-процессы предприятия. Попов В.Н., Островская В.Н. Вестник Университета (Государственный университет управления). 2019. № 2. С. 153-161.

40. Попов, В.Н. Бизнес – планирование / В.Н. Попов, С.И. Ляпунов. — М.: Финансы и статистика, 2019. – 246 с.

41. Попова Е.В. Бизнес-процессы предприятия // Транспортное дело России. 2018. № 6-2. С. 64-65.

42. Просветов, Г. И. Бизнес-планирование: задачи и решения: учебно-практическое пособие / Г. И. Просветов. — 2-е изд., доп. — М. : Альфа-Пресс, 2018. — 255 с.

43. Рачек СВ., Пономарева М.С., Юрин К.С. Бизнес-процессы предприятия. Управление экономическими системами: электронный научный журнал. 2020. № 9 (57). С. 70

44. Репин, В.В. Бизнес-процессы. Моделирование, внедрение, управление / В.В. Репин. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 512 с.

45. Репин, В.В. Процессный подход к управлению. Моделирование бизнес-процессов / В.В. Репин. - М.: Манн, Иванов и Фербер, 2013. - 544 с.

46. Рис, Э. Бизнес с нуля: Метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис. - М.: Альпина Паблишер, 2013. - 249 с.

47. Рис, Э. Бизнес с нуля: метод Lean Startup для быстрого тестирования идей и выбора бизнес-модели / Э. Рис. - М.: Альпина Паблишер, 2016. - 255 с.

48. Руденко И.В., Храменок СЕ. Бизнес-процессы предприятия. Вестник Омского университета. Серия: Экономика. 2019. № 3. С. 206-210.

49. Сборник бизнес-планов с комментариями и рекомендациями / Под ред. В.М. Попова. — М.: Финансы и статистика, 2021. — 488 с.

50. Сборник бизнес-планов: практическое пособие / ред. Ю. Н. Лапыгин. — М.: Омега-Л, 2021. — 310 с.

51. Составление бизнес-плана: нормы и рекомендации. — М.: Книга сервис, 2020. – 346 с.

52. Теличенко, В.И. Информационное моделирование технологий и бизнес -процессов в строительстве / В.И. Теличенко. - М.: АСВ, 2008. - 144 с.
53. Теличенко, В.И. Информационное моделирование технологий и бизнес-процессов в строительстве / В.И. Теличенко, А.А. Липидус, А.А. Морозенко. - М.: АСВ, 2008. - 144 с.
54. Тельнов Ю.Ф. Бизнес-процессы предприятия. Учебное пособие - Москва: Юнити-Дана, 2018 -208 с.
55. Тельнов Ю.Ф. (2014) Бизнес-процессы предприятия: Учебное пособие. М.: МЭСИ, 2020. 116 с.
56. Уткин, Э.А. Бизнес-план компании / Э.А Уткин. — М.: Изд-во «ЭКМОС», 2022. – 102 с.
57. Федотов В.В. Бизнес-процессы предприятия / Теоретические и прикладные вопросы экономики и сферы услуг. 2019. №4. С. 14-22.
58. Хотинская, Г.И. Деловая активность бизнеса как фактор экономического роста (оценочные модели и финансовые инструменты) / Г.И. Хотинская. - М.: Русайнс, 2018. - 480 с.
59. Черкай, А.Д. Бухгалтерский и финансовый учет - язык бизнеса для руководителей. МСФО, US GAAP, РСБУ: Теория двух рядов 4-х счетов автора, новые балансовые уравнения и лингвистические модели учета / А.Д. Черкай. - М.: Черкай, 2013. - 120 с.
60. Черняк, В.З. Бизнес планирование: Учебник для вузов. — М. ЮНИТИ-ДАНА, 2022. – 470 с.
61. Шевчук, Д. А. Бизнес-планирование: учеб. пособие / Д. А. Шев-чук. — Ростов н/Д.: Феникс, 2020. – 208 с.
62. Шёнталер, Ф. Бизнес-процессы. Языки моделирования, методы, инструменты / Ф. Шёнталер. - М.: Альпина Паблишер, 2019. - 264 с.

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/magisterskaya-rabota/239572>