

Исламов И.Я
Уфа, БГУ

РЕГИОНАЛЬНОЕ ТЕЛЕВИДЕНИЕ КАК АГЕНТ МЕДИАРЫНКА

В статье исследуется экономика регионального телевидения, особенности становления, развития коммерческих основ в условиях рыночной конкуренции. Дается анализ важнейших аспектов, принципов построения регионального ТВ-бизнеса. Приводится сравнение и анализ основных методов оценки, представлена имитационная модель развития телекомпании.

Ключевые слова: региональное телевидение, медиаиндустрия, медиабизнес, медиапродукт, информационное общество, рейтинг, пиплметры, контент, модель «Зонтичная конкуренция».

Islamov I.Ya.
Ufa, BSU

REGIONAL TELEVISION AS AGENT MEDIA MARKET

The article investigates the economics of regional television, especially the emergence, development of commercial principles in terms of market competition. The analysis of the most important aspects, principles of construction of a regional TV business. A comparison and analysis of the main methods of assessment, presented a simulation model of TV.

Keywords: regional TV, media industry, media business, media products, Information society, rating, pipmetry, content, model "competition umbrella".