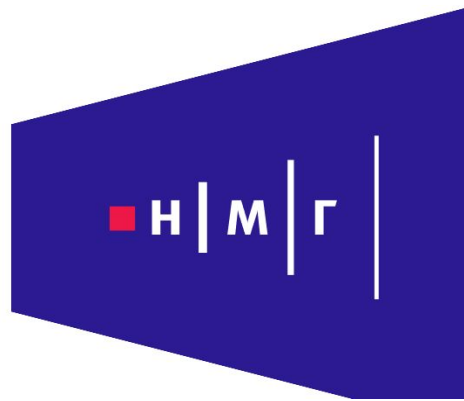




Факультет «Филологический»
Кафедра «Массовые коммуникации»

Дисциплина: «Медиаэкономика»

**Тема: «Национальная Медиа Группа» (НМГ).
Сравнительный анализ»**



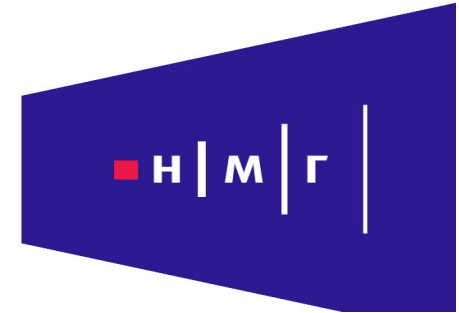
Выполнила:
студентка гр. ФЖМ-11
У Цянь, №1032188299

Руководитель:
проф., д.социол.н.
Музыкант В.Л.

г. Москва
2018 г.

Объект и предмет исследования

- **Объект** - медиахолдинг «Национальная Медиа Группа» (НМГ) » на российском рынке телевидения;



Национальная Медиа Группа

- **Предмет** – телеканал «первый канал».



ПЕРВЫЙ КАНАЛ

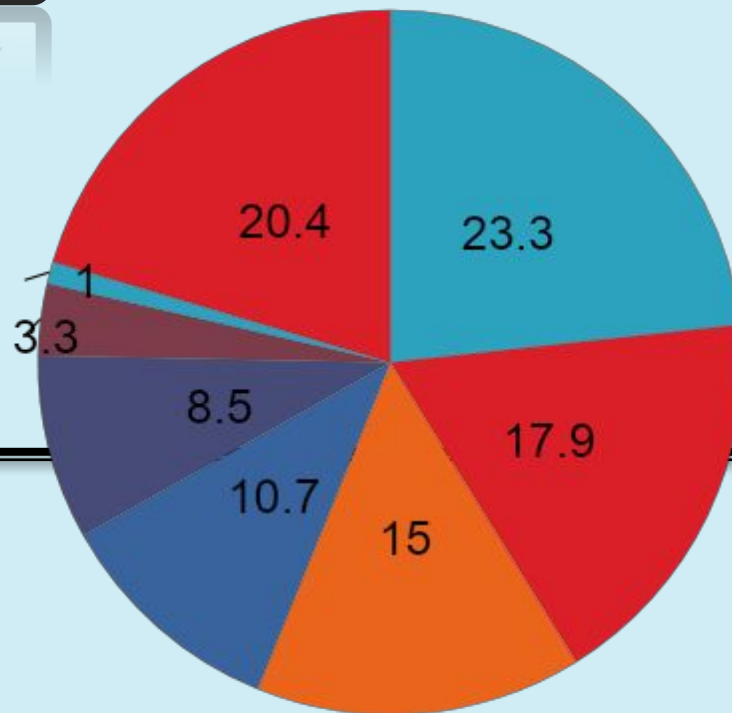
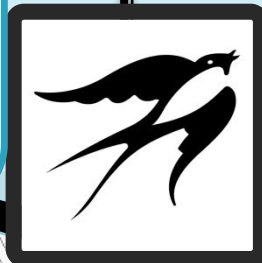
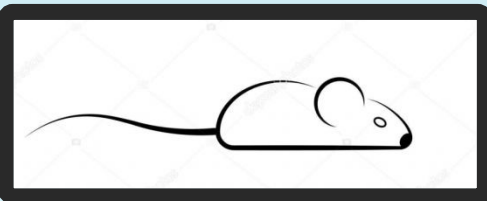
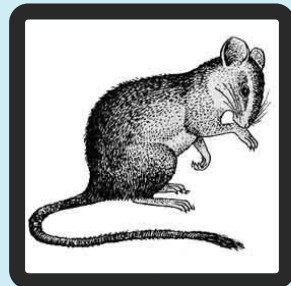
Ключевые цели и задачи

Цель – проанализировать позицию медиахолдинга «Национальная Медиа Группа» (НМГ) » на российском рынке телевидения (в частности телеканала «первый канал».).

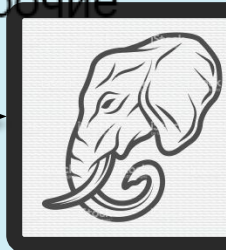
Задачи:

1. Определить конкурентное окружение медиахолдинга;
2. Проанализировать бизнес-портфель медиахолдинга;
3. Сформировать ценовой дом телеканала «первый канал».;
4. Выявить целевую аудиторию телеканала «первый канал»..
5. Провести SWOT-анализ.

Матрица А.Юданова



- ВГТРК
- ГПМ
- НМГ
- News Media
- Ru-Net
- Красная звезда
- Амедиа
- Прочие



Источник: Отраслевой доклад Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям. «Телевидение в России в 2017 году. Состояние, тенденции и перспективы развития»

Матрица BCG



Низкая / Высокая Относительная доля рынка к крупнейшему конкуренту



Матрица ВСГ (реклама)



Источник: Реклама на Первом канале:
анализ телеканала для размещения
рекламы. <https://www.formula-advert.ru/stati/reklama-na-pervom-kanale>

Ценовой дом



ПЕРВЫЙ КАНАЛ

Программы

Цена

1 - новостные

2 - информационные

3 - развлекательные

1

2

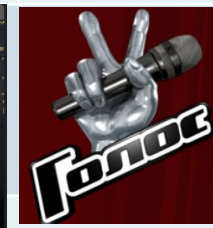
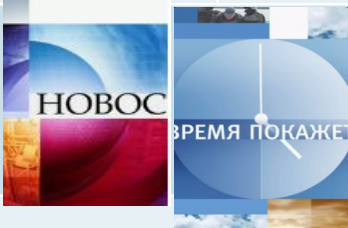
3

1

2

3

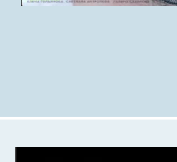
High-pre
mium



Low-pre
mium



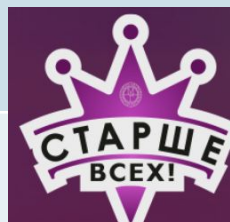
Upper-mi
ddle



Middle-mi
ddle



Low-midd
le



Economy

Источник:
<https://www.1tv.ru/>

Матрица ABC



ПЕРВЫЙ КАНАЛ

Пол

М- 48 % Ж- 52 %

Социальный статус:

работающие: 23,8 %;

Домохозяйки: 18,2 %;

Специалисты: 12,7 %;

пенсионеры: 11,4 %;

студенты: 10,6 %;

Другое: 7,3 %;

Аудитория:

А

В

С

25-39 лет (32 %)

55+ лет (20 %)

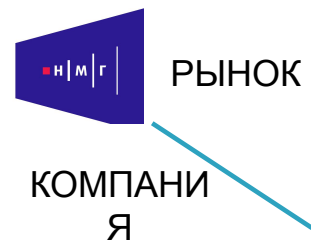
10-17 лет (6 %)

40-54 лет (27 %)

18-24лет (15%)



Источник: TNS TV index россия «аудитория первого канала за 2017 году. »



		OPPORTUNITIES					THREATS				
		Выход новые сегменты	Создание новых продуктов	Новые технологии и	Маркетинговые исследования	Привлечение новых сотрудников	Конкурентное давление	Замедление роста рынка	Изменение вкуса у ЦА	Затраты на создание технологий	Финансовый кризис
STRENGTHS	Лидер на рынке	5	5	4	5	5	4	3	3	3	4
	Хорошая репутация	5	5	5	5	5	3	2	2	2	2
	Инновационные идеи	5	4	5	5	5	3	3	3	2	4
	Охват аудитории	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3
	Мотивированный персонал	5	5	4	4	4	3	3	4	3	4
WEAKNESSES	Активность конкурентов	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4
	Отток ЦА в Интернет	5	4	5	5	4	3	3	4	5	3
	Ограниченные финансы	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4
	Стандартные методы продвижения	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4
	Текучность кадров	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4

Расчёты:

Strengths (S) – силы

Weaknesses (W) – слабости

Opportunities (O) – возможности

Threats (T) – угрозы

SO – 120

WT – 98

Всего – 218

$(120 \cdot 100) : 218 - (98 \cdot 100) : 218$

SO – 55% ; WT – 45%

55% – 45% = 10%

Выводы:

1. Ближайшими конкурентами НМГ являются **ГПМ, ВГТРК** . Структура рынка – **олигополия**.
2. Наиболее важным элементом медиахолдинга, бизнес-портфеля является **«Первый Канал»** (для развитие бизнеса) . Основными конкурентами «Первого канала» являются телеканалы **«Россия-1»** и **НТВ**.
3. Наиболее важным в позиции ценового дома является **развлекательный контент**.
4. Контент телеканала «первый канал» полностью отвечает запросам **целевой аудитории**.
5. Разработан **SWOT-анализ: наступательная стратегия**.

Спасибо за внимание!