



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДВФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

«СОГЛАСОВАНО»

Руководитель ОП

Е.В. Федорова

10 июня 2019г.

«УТВЕРЖДАЮ»

Директор Департамента коммуникаций и
медиа

В.А. Казакова

10 июня 2019г.



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе»

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»

Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»

Форма подготовки очная

курс 2, семестр 3
лекции – не предусмотрены
практические занятия – 14 час.
в том числе с использованием МАО л – 0 / пр.- 6 ч.
всего часов аудиторной нагрузки – 14 час.
самостоятельная работа – 58 час.
экзамен – 3 семестр

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Рабочая программа дисциплины обсуждена на заседании департамента коммуникаций и медиа, протокол № 10 от 10 июня 2019г.

Директор департамента коммуникаций и медиа: канд. полит.наук, Казакова В.А.
Составитель: доцент, канд. подлит.наук П.Ю. Самойленко

Оборотная сторона титульного листа РПУД

I. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа

Протокол от «_____» _____ 201 г. № _____

Директор департамента _____

(подпись) (и.о. фамилия)

II. Рабочая учебная программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа

Протокол от «_____» _____ 201 г. № _____

Директор департамента _____

(подпись) (и.о. фамилия)

Дисциплина «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-тихоокеанском регионе» предназначена для студентов магистратуры по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью», профиль подготовки «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью».

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом (ФГОС) высшего образования (ВО) – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 528 «Об утверждении федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – магистратура по направлению подготовки 42.04.01 Реклама и связи с общественностью» (зарегистрирован Министерством юстиции Российской Федерации 29 июня 2017 г., регистрационный № 47224).

Дисциплина «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-тихоокеанском регионе» входит в Блок 1. Дисциплины (модули), часть дисциплин, формируемых участниками образовательных отношений по выбору (Б1.В.ДВ. 04.01) и реализуется на 2 курсе очной формы обучения в 3 семестре.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 108 часов (3 зачетных единицы). Учебным планом предусмотрены практические занятия – 14 час., в том числе в форме интерактива - 6 час.; самостоятельная работа студента – 58 час.; часы на подготовку к экзамену (36 час.). Изучение дисциплины заканчивается аттестацией в форме экзамена в третьем семестре.

Цель дисциплины: развитие у студентов должного уровня компетенций, позволяющих эффективно выстраивать коммуникации в области рекламы и связей с общественностью и контакты со СМИ в условиях интеграции Дальнего Востока России в АТР.

Задачи дисциплины:

1. Планирование и организация системы рекламных и пиар-коммуникаций, проведение мероприятий.
2. Руководство проектированием, планированием, подготовкой и реализацией коммуникационных кампаний и мероприятий;

3. Формирование стратегий, определение целей, разработка программ и проведение коммуникационных кампаний и отдельных мероприятий, связанных с развитием международных проектов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные и профессиональные компетенции (элементы компетенций):

УК-5 - Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПК-2 - Способен осуществлять проектно- аналитическую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики профессиональной сферы

Для формирования вышеуказанных компетенций в рамках дисциплины «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-тихоокеанском регионе» применяются следующие методы активного/ интерактивного обучения: лекция-беседу, лекция-дискуссию, деловые игры, работа в парах или малых группах, подготовка проектов, подготовка мультимедийных презентаций, групповые дискуссии.

I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

Лекционные занятия по плану курса не предусмотрены

II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА

(38ч., в том числе 10 час. с использованием интерактивных методов обучения)

Занятие 1. Информационное общество и медиаэкономика (4 часа, из них с использованием МАО – 2 час.)

1. Современное информационное общество - структура и содержание. СМИ и СМК как неотъемлемая часть информационного общества (2 ч.)

2. Основные определения и признаки медиаэкономики (2 ч.)

МАО: семинар-дискуссия.

Занятие 2. Рекламный рынок в условиях глобализации (2 часа)

1. Основные определения современного рекламного рынка. (1 ч.)
2. Глобализация и развитие рекламной индустрии в АТР (1 ч.).

МАО: семинар-дискуссия

Занятие 3. Медийный рынок в современных условиях (4 часа)

1. Медиа как индустрия и современная сфера профессиональной деятельности в России. Использование разнообразных форматов работы со СМИ, социальными сетями, интернет-мессенджерами в рамках современной системы массовых коммуникаций (2 ч.)
2. Зависимость медиарынка от экономических особенностей хозяйственной системы государства. Проблемы экономической цензуры в деятельности СМИ и СМК в России (2 ч.)

МАО: семинар-дискуссия.

Занятие 4. Медиаэкономика на Дальнем Востоке России (6 часов, из них с использованием МАО – 4 час.)

1. Медийный и рекламный рынок ДФО в условиях развития ТОСЭР и других инициатив ВЭД (2 час.)
2. Медиа-проекты, имеющие значение для развития международного сотрудничества и потенциальные возможности интеграции со странами АТР «Особенности азиатского менталитета в рамках рекламных рынков. (2 час.)

МАО: семинар-дискуссия.

Занятие 5. Медиарынок США (6 часа, из них с использованием МАО – 2 час.)

1. Крупнейшие СМИ США (2 часа)
2. Крупнейшие социальные сети, созданные в США (2 ч.)
3. Рекламный рынок США (2 ч.)

МАО: семинар-дискуссия.

Занятие 6. Медиапотребление в КНР (6 часов, из них с использованием МАО – 2 часа.)

1. Крупнейшие СМИ Китая (2 ч.)
2. We chat - вызов для глобальных мессенджеров Китая (2ч)

3. Гиганты электронной коммерции Китая (2ч.)

МАО: семинар-дискуссия.

Занятие 7. Реклама и медиарынок Латинской Америки (4 часа)

1. Традиционные СМИ и онлайнресурсы Латинской Америки (2 часа)

2. Социальная и туристическая реклама Латинской Америки (Мексика, Перу, Чили) (2 часа)

3. (4 часов, из них с использованием МАО –2 час.)

4. Занятие 8. Феномены интернет-рынка Индонезии, Вьетнама и Филиппин (4 часа)

5. Индонезия- эпицентр социальных сетей (2ч.)

6. Рынок онлайн-сервисов Вьетнама (1 ч.)

1. E-commerce на Филиппинах (1 ч.)

МАО семинар-дискуссия

Занятие 9. Рекламный и медиарынок – проблемы мультипликативного развития в Австралии и Новой Зеландии (4 часа, из них с использованием МАО – 2 час.)

1. Интернет-ресурсы как часть медиа- и рекламного рынка Австралии и Новой Зеландии (2 ч.)

2. Рынок провокационной социальной рекламы Австралии (2 ч.)

МАО семинар-дискуссия

III.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ

ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе» представлено в Приложении 1 и включает в себя: план-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине, в том числе примерные нормы времени на выполнение по каждому заданию; характеристика заданий для самостоятельной работы обучающихся и методические рекомендации по их выполнению;

№ п/п	Контролируемые модули/ разделы	Коды и этапы формирования	Оценочные средства - наименование
-------	--------------------------------	---------------------------	-----------------------------------

	/ темы дисциплины	компетенций		текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Занятие 1-2 Рекламный рынок в условиях глобализации. .Основы современной медиаэкономики	ОПК-1 ОПК-2	Знает: содержание и особенности процесса рекламной деятельности особенности формирования рекламного рынка в условиях глобализации и информационной экономики	УО-1, УО-3, ПР-1, (Подготовка к практическим занятиям, подготовка, подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе).	УО-1 (устный опрос – экзамен)
		Умеет применять: классифицировать и различать различные виды рекламных рынков, их особенности и выявлять			

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;
критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

IV. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

			признаки. Владеет навыками анализа различных видов рекламных рынков в современных условиях, в том числе с применением новых технологий		
2	Занятие 3-4 Медийный рынок в современных условиях	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-8,	Знает: структуру и основные типологии медийных рынков АТР Умеет: использовать в практической деятельности типологии медийного рынка Владеет навыками разработки классификационных и типологических схем, позволяющих определять выявлять и систематизировать различные типы медийных рынков и их сегменты	УО-1, УО-3, ПР-1, (Подготовка к практическим занятиям, подготовка, подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе).	УО-1 (устный опрос - экзамен)
3	Занятия 5- Особенности современной медиа-экономики	ОПК-1 ОПК-2	Знает: основные подходы и концепции объяснения особенностей современной медиа-экономики Умеет применять методики и техники выявления факторов, определяющих современную медиа-экономику Владеет навыками определения и оценки результативности и границ влияния различных факторов на медиа-экономику	УО-1, УО-3, ПР-1, (Подготовка к практическим занятиям, подготовка, подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе).	УО-1 (устный опрос – экзамен)
4	Занятия 6-7 Информационное общество и медиа-экономика	ОПК-1 ОПК-2 ОПК-8	Знает: основные подходы к трактовке проблемы потребительского поведения, методические и технологические основы теоретической и практической разработки концепта потребительской модели, определения и практического управления	УО-1, УО-3, ПР-1, (Подготовка к практическим занятиям, подготовка, подготовка и публичная	УО-1 (устный опрос – экзамен)

			<p>ключевыми детерминантами в медиа-экономике.</p> <p>Умеет критически выбрать наиболее пригодные методы разработки проблематики участия различных сил в медиа-экономике</p> <p>Владеет навыками анализа и концептуализации основных детеминирующих понятий медиа-поведения, составляющих медиа-экономики, методов влияния на потребительское поведение в условиях информационного общества</p>	защита реферата, доклада, эссе).	
5	Занятия 8- Интернет и медиарынок – проблемы мультипликативного развития	ОПК-1 ОПК-2 ПК-2	<p>Знает: психологические составляющие влияния Интернета на потребителей, особенности Интернета как коммуникативной среды и его влияния на экономику</p> <p>Умеет определять и классифицировать виды и типы Интернет-ресурсов, их влияние на медиарынок, особенности электронной информационной среды в продвижении товаров и услуг.</p>	УО-1, УО-3, ПР-1, (доклада, эссе).	УО-1 (устный опрос – экзамен)
			Владеет навыками теоретического анализа и практического применения методик и технологий анализа Интернет-ресурсов, их влияния на медиа-экономику и рекламный бизнес, особенности использования ресурсов сети интернет в стратегических коммуникациях.		

6	Занятие9. Рекламный рынок стран АТР	ОПК-1 ОПК-2	Знает: основные подходы в исследованиях рекламного рынка стран Азиатско-тихоокеанского региона, особенности рекламных рынков данного региона, специфику поведения и действий азиатских рекламных рынков	УО-1, УО-3, ПР-1, (подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе)	УО-1 (устный опрос – экзамен)
			Умеет: использовать различные классические и современные подходы в исследованиях рынка, исторический опыт, достоинства и ограничения различных методов прогнозирования рыночных моделей		
			Владеет: практическими навыками использования различных подходов для анализа рынков, исторический опыт, достоинства и ограничения различных методов прогнозирования потребительского поведения на азиатских рынках и иных сегментах рынка АТР		
7	Занятие10. Медиаэкономика на Дальнем Востоке России	ОПК-1 ОПК-2	Знает: особенности медийных рынков Дальнего Востока России, специфику медиаэкономики региона, ключевые черты региональной медиа-экономики с точки зрения влияния на формирования единой рекламной среды, интегрированной в АТР	УО-1, УО-3, ПР-1, (подготовка и публичная защита реферата, доклада, эссе).	УО-1 (устный опрос – экзамен)

			<p>Умеет: квалифицированно использовать методы оценки рыночных моделей применительно к Дальнему Востоку России, отмечает ключевые особенности рыночных особенностей экономических процессов и тенденций в ДФО</p>		
			<p>Владеет: методами прогнозирования на рекламном рынке, анализа потребительского поведения и действий рекламодателей, особенностей развития рекламного рынка Дальнего Востока как максимально интегрированного в АТР региона</p>		

Типовые контрольные задания, методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений и навыков, а также критерии и показатели, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы, представлены в Приложении 2.

V. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Рекомендованная литература по курсу дисциплины носит в целом универсальный характер, т.е. каждый источник может служить носителем информации по многим темам курса и студент должен проявить исследовательские способности в самостоятельном поиске информации, которая, по его мнению, отвечает соответствующим вопросам.

Основная литература

(электронные и печатные издания)

1. Иванова, Ю.Н. Стратегическое планирование трансрегиональных корпораций: Учебное пособие / Иванова Ю.Н. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. - 84 с. <http://znanium.com/catalog/product/851795>
2. Шувалов, И.И. Глобализация и интеграционные процессы в Азиатско-Тихоокеанском регионе (прав.и эконо. исслед.): Моногр. / И.И.Шувалов, А.Я.Капустин; Под ред. Т.Я.Хабриевой - М.: НИЦ ИНФРА-М: ИЗиСП, 2014 - 333с. – Режим доступа: <http://znanium.com/bookread2.php?book=460543>

Дополнительная литература

(электронные и печатные издания)

1. Карпова, С.В. Международная реклама: учебник и практикум для академического бакалавриата / С. В. Карпова; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – М.: Юрайт, 2015. – 473 с.
2. Синяева, И.М. Маркетинг для магистров: Учебник / Под общ. ред. И.М. Синяевой – М.: Вузовский учебник, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 368 с. – <http://znanium.com/catalog/product/501125>
3. Студеникин, Н. PR-защита бизнеса в корпоративных войнах. Практикум победителя [Электронный ресурс] / Николай Студеникин. — М.: Альпина Паблишерз, 2014. - 386 с. <http://znanium.com/bookread2.php?book=518813>
- 4.

Нормативно-правовые материалы

- 1.О рекламе: федер. закон от 13.03.2006 №38-ФЗ (ред. от 08.03.2015) [Электронный ресурс] // Консультант Плюс. – Электрон. дан. <http://www.consultant.ru/popular/advert/>

Перечень информационных технологий и программного обеспечения
не предусмотрено

VI. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе» основывается на следующей логической

основе. Вся основная теоретическая база излагается на лекциях; для усвоения материала магистрам предлагается и самостоятельное изучение теоретического материала.

Для более глубокой проработки отдельных тем дисциплины в начале семестра предлагается список тем для подготовки презентации-проекта (лонгрида). Магистрант выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит медиапроект, который защищает в конце семестра. Медиапроект готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов и эссе в медиаформате. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием с проверкой письменной и медиачасти презентации-проекта (лонгрида) по каждой теме самостоятельной работы.

Практическая часть курса, которая формирует основные умения и навыки, представлена практическими занятиями, на которых магистры анализируют теоретические и практические аспекты изучаемых тем, отвечают на поставленные вопросы, определяют проблемные области исследуемых тем и затем, в групповых обсуждениях и дискуссиях, аргументированно и всесторонне защищают те или иные положения. В течение семестра каждый обучающийся должен самостоятельно найти и проработать информацию и подготовиться к практическим занятиям, используя самостоятельные домашние задания, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

В конце семестра магистрант должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче экзамена, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к экзамену. Экзамен выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачтенных результатов презентации-проекта (лонгрида).

VIII МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
<p>Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см TrimScreenLine; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокоммутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI ProExtron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/RxExtron; Подсистема аудиокоммутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48</p>	<p>г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F622</p>

Рабочие места для людей с ограниченными возможностями здоровья оснащены дисплеями и принтерами Брайля; оборудованы: портативными устройствами для чтения плоскочечатных текстов, сканирующими и читающими машинами, видеоувеличителем с возможностью регуляции цветовых спектров; увеличивающими электронными лупами и ультразвуковыми маркировщиками.

В целях обеспечения специальных условий обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья в ДВФУ все здания оборудованы пандусами, лифтами, подъемниками, специализированными местами, оснащенными туалетными комнатами, табличками информационно-навигационной поддержки.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

**по дисциплине «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском
регионе»**

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

**Владивосток
2019**

**План-график выполнения самостоятельной работы по дисциплине
«Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе»**

№ п/п	Дата/сроки выполнения	Вид самостоятельной работы	Примерные нормы времени на выполнение	Форма контроля
1 семестр				
1	1-2 неделя	Подготовка к практическим работам 1-2. № 1. Основы современной медиаэкономики №2. Особенности современного медиарынка (15 час.)	15	УО-1 УО-2 ПР-9
2	3-4 неделя	Подготовка к практическим работам 3-4. №3 Особенности современного медиарынка № 4. Медийный рынок в современных условиях(15 час.)	15	УО-1 УО-2 ПР-9
3	5-6 неделя	Подготовка к практическим работам 5-7. №5 Информационное общество и медиа-экономика №6 Формы и методы работы со СМИ на современном медиарынке №7 Особенности медиа-экономики(30 час.)	30	УО-1 УО-2 ПР-9
4	7-8 неделя	1. Подготовка к практическим работам 8-10. № 8 Интернет и медиарынок – проблемы мультипликативного развития №9 Медиаэкономика на Дальнем Востоке России (30 час.)	30	УО-1 УО-2 ПР-9

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка к коллоквиума по практических занятий либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Презентация-проект .

Основные требования к содержанию презентации-проекта (лонгрида):

При создании презентации-проекта (лонгрида) по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те источники (научные статьи, монографии, пособия, информацию из СМК), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Содержание презентации-проекта должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Магистранту необходимо строго придерживаться логики изложения (начать с определения и анализа понятий, перейти к постановке проблемы, проанализировать пути ее решения и сделать соответствующие выводы). Реферат должен заканчиваться выведением выводов по теме.

По своей структуре презентация- проект представляет собой:

1. Медиапродукт - лонгрид, созданный на базе интернет-площадок Tilda/Com, Readymag.com и т.п. Титульного листа;

2. Медиапродукт - лонгрид должен содержать в себе основной текст не менее 5000 знаков, в котором последовательно раскрывается избранная тема. Основной текст презентации проекта разделен на 3 части

Медиапродукт в обязательном порядке содержит иллюстрации, видео и аудиофайлы. Также текст может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками.

4. Заключение, где студент формулирует выводы, сделанные на основе основного текста.

5. Списка использованной литературы. В данном списке называются как те источники, на которые ссылается студент при подготовке презентации-проекта, так и медиа-технологии, которые использовал магистрант для создания продукта, в том числе параллакс-эффект и т.п.

Презентацию-проект студент готовит в течение курса, в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете презентации-проекта учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с источниками СМК, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Презентация- проект оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При производстве презентации-проекта по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. В проекте-презентации излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе», должен носить исследовательский характер, а студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

Темы рефератов- проектов:

1. Рекламный бизнес, его основные элементы, специфика и современное состояние в Австралии.
2. Рекламный рынок и взаимодействия субъектов рекламного рынка в России.
3. Экономические основы системы сбыта на рынке рекламы АТР.
4. Особенности работы с зарубежными рекламодателями в странах АТР.
5. Организация сбыта специализированных рекламных посредников.
6. Специфика деятельности сетевых и независимых рекламных компаний в Индонезии.
7. Ценообразование при размещении рекламной продукции на телеканалах на Дальнем Востоке России.

8. Ценообразование при размещении рекламы на радиостанциях Дальнего Востока.
9. Ценообразование при размещении рекламной продукции в прессе на Дальнем Востоке России.
10. Медиарынок в США.
11. Желтая пресса США.
12. Интернет-гиганты США.
13. Аналитическая пресса США.
14. Социальные сети КНР.
15. Медипространство Южной Кореи.
16. Реклама индустриальных гигантов республики Корея на международных рынках.
17. Реклама индустриальных гигантов Японии на международных рынках.
18. Рекламный и медиарынок Японии.
19. Интернет-площадка Amazon: формирование имиджа на рынке.
20. Alibaba Group: китайская корпорация в сфере интернет-коммерции.
21. Стратегия взаимодействия с бизнес-партнерами интернет-аукционов "ТаоБао" и Aliexpress как дочерних компаний Alibaba Group.
22. Способы формирования русскоязычной аудитории "ТаоБао".
23. История создания интернет-площадки "ТаоБао" в Китае.
24. Основные способы рекламного продвижения на сайте "ТаоБао".
25. Интернет-проекты в Чили.
26. Влияние глобализации на рекламный бизнес. Развитие новых форм и методов рекламы.
27. Рынок СМИ в Чили.
28. Оценка эффективности рекламы в Интернет в Индонезии.
29. Медиарынок Перу.
30. Направления развития рекламного бизнеса в Японии.
31. Инновации в социальной рекламе Австралии.
32. Хоббитания - новый медиа-имидж Новой Зеландии.



МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования
«Дальневосточный федеральный университет»
(ДФУ)

ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

**по дисциплине «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском
регионе»**

Направление подготовки - 42.04.01. «Реклама и связи с общественностью»
Магистерская программа «Управление коммуникациями в рекламе и связях с общественностью»
Форма подготовки очная

**Владивосток
2019**

Паспорт
фонда оценочных средств по дисциплине
«Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
Способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1)	Знает	Особенности организационной деятельности, способы, методы и технологии измерения и оценки затрат и результатов деятельности организации, способы и формы представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме при работе в российских и международных исследовательских коллективах.
	Умеет	Осуществлять личностный выбор в процессе работы в российских и международных организациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность перед собой, коллегами и обществом;
	Владеет	Технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению научных, исследовательских и практических задач, различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных коллективах по решению научных, исследовательских и практических задач.
способность планировать и осуществлять коммуникационные кампании и мероприятия (ОПК-2)	Знает	Особенности культуры научного мышления; современные методы критического анализа и оценки научных достижений политических и коммуникационных исследований, а также методы генерирования новых идей при решении теоретических и практических задач разработки, планирования, организации и проведения количественных и качественных исследований.
	Умеет	Анализировать альтернативные подходы к решению исследовательских и практических задач, оценивать возможности и ограничения использования современных исследовательских методов и применения современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий для решения конкретных задач научных исследований в различных областях количественных и качественных научных исследований.
	Владеет	навыками и способностью самостоятельной разработки и определения задач научных качественных и количественных исследований социально-политической проблематики с использованием современного отечественного и зарубежного опыта, новейших информационных технологий.

готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтничном и интернациональном окружении (ОПК-8)	Знает	Программно-целевые методы решения коммуникационных проблем; правил концептуального руководства подготовкой количественных и качественных исследований; процедуры и алгоритмы анализа и интерпретации первичной и вторичной информации.
	Умеет	проводить анализ основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.
	Владеет	Навыками анализа и интерпретации первичной и вторичной информации; подготовки обзоров и прогнозов по развитию и управлению территориальным брендом; навыками по составлению аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе анализа коммуникационной среды

Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
Способность руководить осуществлением профессиональных функций в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в	Знает (пороговый уровень)	Особенности организационной деятельности, способы, методы и технологии измерения и оценки затрат и результатов деятельности организации, способы и формы представления результатов научной деятельности в устной и письменной форме при работе в российских и международных исследовательских коллективах; методы проведения исследований и обработки полученной информации;	знание современных методов оценки эффективности эксплуатации техники; знание особенностей организации, планирования и прогнозирования результатов работы	способность оценить эффективность эксплуатации техники; способность охарактеризовать особенности организации, планирования и прогнозирования результатов работы; способность перечислить требования к проведению исследований и обработки полученной информации

социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта (ОПК-1)		основные методы и этапы исследований		
	Умеет (продвинутый)	осуществлять личный выбор в процессе работы в российских и международных организациях, оценивать последствия принятого решения и нести за него ответственность перед собой, коллегами и обществом;	умение использовать нормативную документацию; умение формулировать цели и задачи исследований; умение проводить экспериментальные исследования	способность объяснить требования нормативной документации; способность объяснить цели и задачи исследований; способность обосновать объективность полученных результатов
	Владеет (высокий)	технологиями оценки результатов коллективной деятельности по решению научных, исследовательских и практических задач, различными типами коммуникаций при осуществлении работы в российских и международных коллективах по решению научных, исследовательских и практических задач.	владение техническими характеристиками транспорта; владение основными положениями методик оптимизации технологических процессов	способность использовать технические характеристики транспорта для проведения исследований; способность оценивать и представлять результаты выполненной работы; способность проанализировать основные положения методик оптимизации технологических процессов
способность планировать и осуществлять коммуникационные мероприятия (ОПК-2)	Знает (пороговый уровень)	особенности культуры научного мышления; современные методы критического анализа и оценки научных достижений политических и коммуникационных исследований;	культуру научного мышления; современными методами критического анализа и оценки научных достижений политических и коммуникационных исследований, а также методами	Способность к научному мышлению; использованию современных методов критического анализа и оценки научных достижений политических и коммуникационных исследований, а также методов генерирования новых идей при решении теоретических и практических

		исследований, а также методы генерирования новых идей при решении теоретических и практических задач разработки, планирования, организации и проведения количественных и качественных исследований.	генерирования новых идей при решении теоретических и практических задач разработки, планирования, организации и проведения количественных и качественных исследований.	задач разработки, планирования, организации и проведения количественных и качественных исследований.
	Умеет (продвинутый)	анализировать альтернативные подходы к решению исследовательских и практических задач, оценивать возможности и ограничения использования современных исследовательских методов и применения современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий для решения конкретных задач научных исследований в различных областях количественных и качественных научных исследований.	Анализирует альтернативные подходы к решению исследовательских и практических задач, оценивать возможности и ограничения использования современных исследовательских методов и применения современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий для решения конкретных задач научных исследований в различных областях количественных и качественных научных исследований.	Способность к анализу альтернативных подходов к решению исследовательских и практических задач, оценке возможностей и ограничений использования современных исследовательских методов и применения современной аппаратуры, оборудования, информационных технологий для решения конкретных задач научных исследований в различных областях количественных и качественных научных исследований.
	Владеет	самостоятельной разработкой определения задач научных качественных и количественных исследований социально-политической проблематики с использованием современного отечественного и зарубежного опыта, новейших информационных технологий.	навыками и способностью самостоятельной разработки и определения задач научных качественных и количественных исследований социально-политической проблематики с использованием современного отечественного и зарубежного опыта, новейших информационных технологий.	Способность к самостоятельной разработке определения задач научных качественных и количественных исследований социально-политической проблематики с использованием современного отечественного и зарубежного опыта, новейших информационных технологий

<p>готовность на практике защитить свои законные права, в том числе права личности, при уважении к соответствующим правам других в многоэтническом и интернациональном окружении (ОПК-8)</p>	<p>Знает</p>	<p>программно-целевые методы решения коммуникационных проблем; правила концептуального руководства подготовкой количественных и качественных исследований; процедуры и алгоритмы анализа и интерпретации первичной и вторичной информации в контексте этических правил и нормативно-правовых норм международного права.</p>	<p>Знание программно-целевых методов решения коммуникационных проблем; правил концептуального руководства подготовкой количественных и качественных исследований; процедур и алгоритмы анализа и интерпретации первичной и вторичной информации. в контексте этических правил и нормативно-правовых норм международного права.</p>	<p>Способность к использованию программно-целевых методов решения коммуникационных проблем; правил концептуального руководства подготовкой количественных и качественных исследований; процедур и алгоритмы анализа и интерпретации первичной и вторичной информации. в контексте этических правил и нормативно-правовых норм международного права.</p>
	<p>Умеет</p>	<p>проводить анализ основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.</p>	<p>Обладает навыками анализа основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.</p>	<p>анализ основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.</p>
	<p>Владеет</p>	<p>интерпретацией первичной и вторичной информации; подготовки обзоров и прогнозов по развитию и управлению территориальным брендом; навыками по составлению аналитических справок, экспертных заключений, отчетов, обзоров и прогнозов на основе анализа коммуникационной среды</p>	<p>Навыками анализа и интерпретации основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.</p>	<p>Анализирует и производит интерпретацию основных мировоззренческих, методологических и практических проблем, в.т.ч. междисциплинарного характера, возникающих в работе коллективов и организаций.</p>

Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе»

Текущая аттестация студентов по дисциплине проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

Текущая аттестация по дисциплине проводится в форме контрольных мероприятий (работа на практических (семинарских) занятиях – дискуссия, сдача проектов, тестирование) по оцениванию фактических знаний.

Промежуточная аттестация студентов. Проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Предусматривает устный опрос в форме ответов на вопросы экзаменационных билетов. В качестве оценочного средства используются экзаменационные билеты.

Зачетно-экзаменационные материалы

При оценке знаний студентов итоговым контролем учитывается объем знаний, качество их усвоения, понимание логики учебной дисциплины, место каждой темы в курсе. Оцениваются умение свободно, грамотно, логически стройно излагать изученное, способность аргументировано защищать собственную точку зрения.

Вопросы для подготовки к экзамену

1. Сегменты информационного рынка. Позиционирование и продвижение СМИ на информационном рынке России.
2. Правовые предпосылки создания СМИ. Экономические предпосылки создания СМИ.
3. Факторы, оказывающие влияние на формирование бизнес-плана СМИ на современном этапе.

4. Линейная и дивизиональная структуры редакции в современных российских СМИ.
5. Методы маркетинга: «круглые столы», анализ редакционной почты, реклама издания. Маркетинговые кампании и акции.
6. Структура службы маркетинга. Распределение обязанностей в службе маркетинга в России и США.
7. Принципы формирования бюджета редакции средства массовой информации в России.
8. Система методов управления редакцией в России.
9. Система методов управления редакцией в США.
10. Система методов управления редакцией в Латинской Америке.
11. Система методов управления редакцией в Японии.
12. Система методов управления редакцией в Австралии и Новой Зеландии.
13. Требования к журналисту, предъявляемые в редакционном коллективе в КНР.
14. Управление медиапространством в КНР.
15. Аспекты и структура информационного рынка Индонезии.
16. Проблемы собственности в медиабизнесе Японии.
17. Изучение рынка периодических изданий США.
18. Исследование рынка покупателей информации на Филиппинах.
19. Направления ценовой политики редакции в Чили.
20. Ценовая политика в процессе производства издания в Японии.
21. Бюджет телерадиокомпании на российском Дальнем Востоке.
22. Бюджет информационного агентства на Дальнем Востоке
23. Техническая база периодического издания на Дальнем Востоке.

24. Виды рекламного продукта СМИ в Австралии.

25. Рекламный рынок стран Латинской Америки

26. Медиаразнообразие в Южной Корее.

Критерии выставления оценки студенту на зачёте/экзамене по дисциплине «Медиа-экономика и рекламный бизнес в Азиатско-Тихоокеанском регионе»

Баллы (рейтинговая оценка)	Оценка зачёта/экзамена	Требования к сформированным компетенциям
100-86	<i>«отлично» зачтено</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы, правильно обосновывает принятое решение, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач по методологии научных исследований.
85-76	<i>«хорошо» зачтено</i>	Оценка «хорошо» выставляется студенту, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.
71-61	<i>«удовлетворительно» зачтено</i>	Оценка «удовлетворительно» выставляется студенту, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических работ

60-50	<i>«не удовлетворительно» не зачтено</i>	Оценка «неудовлетворительно» выставляется студенту, который не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями выполняет практические работы. Как правило, оценка «неудовлетворительно» ставится студентам, которые не могут продолжить обучение без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.
-------	--	---

Критерии оценки проекта, в том числе выполненных в форме проектов-презентаций

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85 баллов	отлично	Магистр создал полноценный медиапродукт, где выразил своё мнение по сформулированной проблеме, аргументировал его, точно определив ее содержание и составляющие. Приведены данные отечественной и зарубежной литературы, статистические сведения, информация нормативно-правового характера. Студент знает и владеет навыком самостоятельной исследовательской работы по теме исследования; методами и приемами анализа теоретических и/или практических аспектов изучаемой области. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет.

85-76 баллов	хорошо	<p>работа характеризуется смысловой цельностью, связностью и последовательностью изложения; допущено не более 1 ошибки при объяснении смысла или содержания проблемы. Для аргументации приводятся данные отечественных и зарубежных авторов. Продемонстрированы исследовательские умения и навыки. Фактических ошибок, связанных с пониманием проблемы, нет. Допущены одна-две ошибки в оформлении работы. Однако допускается одна - две неточности</p>
75-61 балл	удовлетворительно	<p>магистр проводит достаточно самостоятельный анализ основных этапов и смысловых составляющих проблемы; понимает базовые основы и теоретическое обоснование выбранной темы. Привлечены основные источники по рассматриваемой теме. Допущено не более 2 ошибок в смысле или содержании проблемы, оформлении работы</p>
60-50 баллов	не удовлетворительно	<p>работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура.</p>
		<p>теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы</p>

Критерии оценки (устный ответ)

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка зачета/ экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85 баллов	отлично	если магистр показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа; умение приводить примеры современных проблемизучаемой области
85-76 баллов	хорошо	ответ, обнаруживающий прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность, явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается одна - две неточности в ответе

75-61 балл	удовлетворительно	оценивается ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой предметной области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа; неумение привести пример развития ситуации, провести связь с другими аспектами изучаемой области
60-50 баллов	- не удовлетворительно	ответ, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы; незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Допускаются серьезные ошибки в содержании ответа; незнание современной проблематики изучаемой области

**Критерии выставления оценки студенту на зачете
по дисциплине «Медиа-экономика и рекламный бизнес в
Азиатско- Тихоокеанском регионе»**

30- 25	<i>«зачтено»</i>	<p>Ответ на экзаменационные вопросы показывает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</p>
24 - 15	<i>«зачтено»</i>	<p>Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает прочные знания основных процессов изучаемой предметной области, отличается глубиной и полнотой раскрытия темы; владение терминологическим аппаратом; умение объяснять сущность явлений, процессов, событий, делать выводы и обобщения, давать аргументированные ответы, приводить примеры; свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа.</p>
14 - 10	<i>«зачтено»</i>	<p>Ответ на экзаменационные вопросы свидетельствует о наличии некоторых знаний процессов изучаемой области, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы; знанием основных вопросов теории; слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры; недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа.</p>
9 - 0	<i>«не зачтено»</i>	<p>Ответ на экзаменационные вопросы обнаруживает незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся раскрытием темы; незнание основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов; неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности.</p>