



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 «Реклама и связи с общественностью»

(подпись)

Т.Д. Лыкова

(ФИО)

УТВЕРЖДАЮ

Директор Департамента коммуникаций и медиа

(подпись)

Н.А. Аргылов

(ФИО.)

«10» января 2020 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Медиаэкономика

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

Профиль Реклама и связи с общественностью

**Форма подготовки**

курс 3 семестр 1

лекции 36 час.

практические занятия 36 час.

лабораторные работы 00 час.

в том числе с использованием МАО лек. 0 / пр. 0 / лаб. 0 час.

всего часов аудиторной нагрузки 00 час.

в том числе с использованием МАО 00 час.

самостоятельная работа 00 час.

в том числе на подготовку к экзамену 00 час.

контрольные работы (количество) не предусмотрены

курсовая работа / курсовой проект не предусмотрены

зачет не предусмотрен

экзамен 5 семестр

Рабочая программа составлена в соответствии с требованиями Федерального государственного образовательного стандарта по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью приказом Министерства образования и науки РФ от 08 июня 2017г. № 512.

Рабочая программа обсуждена на заседании Департамента коммуникаций и медиа, протокол № 3 от «10» января 2020 г.

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд.полит.наук, Аргылов Н.А. \_\_\_\_\_

Составители: Вовненко А.И.

**Владивосток**

**2020**

**Оборотная сторона титульного листа РПД**

**I. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**II. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**III. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**IV. Рабочая программа пересмотрена на заседании Департамента коммуникаций и медиа:**

Протокол от « \_\_\_\_ » \_\_\_\_\_ 20\_\_ г. № \_\_\_\_

Директор Департамента \_\_\_\_\_  
(подпись) (И.О. Фамилия)

**Цель курса «Медиаэкономика»** является овладение слушателями теоретическими знаниями экономики журналистики и практическими навыками в организации экономически устойчивых СМИ.

**Задачи:**

- ознакомить слушателей с экономическими и правовыми условиями функционирования СМИ;
- формирование у студентов умений в механизмах редакционно-издательского маркетинга и менеджмента;
- развитие у студентов навыков самостоятельной работы с научной литературой и различными источниками информации по вопросам экономики и менеджмента.

В результате изучения дисциплины студент должен:

знать проблемы и перспективы информационного рынка, принципы и составляющие комплекса редакционно-издательского маркетинга, слагаемые и специфику менеджмента газеты, радио- и телекомпаний.

уметь рассчитать смету на изготовление газеты, радиопрограммы, телепередачи, разработать бизнес-план организации, определить уровень финансовой напряженности издательского дома, концерна, холдинга.

применять изученные методы в практической деятельности журналиста.

Формы работы студентов:

- прослушивание лекций;
- участие в дискуссиях на семинарах;
- изучение научных текстов к каждому семинару;
- доклады на семинарах;
- работа в малых проектных группах;
- домашняя работа по подготовке медиа-проекта;
- защита выполненной работы и полученных результатов.

В результате изучения данной дисциплины у обучающихся формируются следующие универсальные компетенции:

- способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде (УК-3);

- способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций (УК-4);

- способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования (ОПК-5).

Результаты освоения (формирование компетенций):

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК – 3  Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	О специфической работе команды, исходя из стратегии сотрудничества для достижения поставленной цели
	Умеет	Анализировать возможные последствия личных действий и планирует свои действия для достижения заданного результата
	Владеет	Навыками планировать командную работу, распределять поручения и делегирует полномочия членам команды; организовывать дискуссии по заданной теме и обсуждение результатов работы команды с привлечением оппонентов разработанным идеям
УК-8  Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Знает	Факторы вредного влияния на жизнедеятельность элементов среды обитания (технических средств, технологических процессов, материалов, зданий и сооружений, природных и социальных явлений)
	Умеет	Идентифицировать опасные и вредные факторы в рамках осуществляемой деятельности; Выявлять проблемы, связанные с нарушениями техники безопасности на рабочем месте; предлагает мероприятия по предотвращению чрезвычайных ситуаций;
	Владеет	Разъясняет правила поведения при возникновении чрезвычайных ситуаций природного и техногенного происхождения; оказывает первую помощь, описывает способы участия в восстановительных мероприятиях.
ОПК-5  Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов	Знает	Совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
	Умеет	Осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы.
	Владеет	Навыками управления и организации работы в

их функционирования, правовых и этических норм регулирующих		СМИ
---	--	-----

# **I. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ТЕОРЕТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

(36 часов)

## **Раздел 1. ОСНОВЫ ЭКОНОМИКИ (16 час.)**

### **1. Экономическая природа СМИ (4 часа)**

Понятия «СМИ» и «медиа». Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта (генерация, агрегация, дистрибуция, консумация). Цепочка создания ценности в медиаиндустрии. Материальные и нематериальные ресурсы в производстве СМИ. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал». СМИ и индустрия свободного времени. СМИ и индустрия развлечений. СМИ и культурная индустрия.

### **2. Специфика рынка СМИ (4 часа)**

СМИ в экономической системе страны. Открытые и закрытые рынки СМИ. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа. Депрофессионализация СМИ. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ. Конкуренция на рынке СМИ. Эластичность спроса на СМИ. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала. Формы собственности на рынке СМИ. Типы концентрации СМИ. Кластеризация. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель». Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ.

### **3. Экономические особенности печатных СМИ (4 часа)**

Печатный сектор на медиарынке. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция. Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет и традиции чтения. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент глянцевого журналов. Сегмент специализированных журналов (B2B, B2C, B2P). Аудитория журналов и традиции чтения. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная реализация. Дистрибуция печатных изданий. Рынок книгоиздания.

### **4. Экономические особенности электронных СМИ (4 часа)**

Телевизионный сектор на медиарынке. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения и традиции телесмотрения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Платное кабельное и спутниковое ТВ. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио и традиции радиослушания. Технологии радиовещания. Ведущие радиокomпании России и зарубежных стран. Рынок рекординга. Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономика мобильных медиа.

## **Модуль 2. Практика экономики (20 часов)**

### **5. Финансирование медиапредприятия (4 часа)**

Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Медиаметрические организации. Основные показатели медиапланирования. Продакт плейсмент. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиainдустрии. Государственная поддержка СМИ.

### **6. Управление медиапредприятием (4 часа)**

Профессии медиainдустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники». Организационно-правовые формы медиапредприятий. Структура медиапредприятия. Органы управления медиапредприятия. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. Стратегии развития медиапредприятий.

### **7. Проектный подход в управлении СМИ (4 часа)**

Определение проекта как вида деятельности. Модели жизненного цикла в проекте. Медиа-проект и его особенности. Основные этапы и результаты медиа-проекта. Формулирование цели проекта.

### **8. Организационные структуры в СМИ (4 часа)**

Управление персоналом и управление человеческими ресурсами. Способы формирования коллективов: ориентация на задачи и ориентация на людей. Основные организационные структуры (линейная, матричная, комбинированная, проектная). Организационные структуры в СМИ.

### **9. Анализ ситуации и бизнес-планирование (4 часа)**

Анализ ситуации в реализуемых медиа-проектах: камеральная работа, полевое исследование, экспертная оценка. Комплексный анализ ситуации: мишень влияния, условия среды и ключевые участники. Бизнес-план: выделение ресурсов, определение времени, назначение ответственных и расчёт индикаторов.

## **II. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ПРАКТИЧЕСКОЙ ЧАСТИ КУРСА**

### **Практические занятия**

(36 час., в том числе 18 часов в интерактивной форме)

**Занятие 1.** СМИ как субъект экономической деятельности (4 часа).

**Занятие 2.** Организационно-правовые формы и формы собственности СМИ (2 часа).

**Занятие 3.** Концепция и форматы СМИ (2 часа).

**Занятие 4.** Структура фирмы СМИ (2 часа).

**Занятие 5.** Проектный подход в управлении фирмы СМИ (4 часа).

**Занятие 6.** Регулярный менеджмент (2 часа).

**Занятие 7.** Организационные структуры в СМИ (2 часа).

**Занятие 8.** Анализ ситуации и бизнес планирование (4 часа)

**Занятие 8.** Бюджет предприятия СМИ (4 часа)

**Занятие 9.** Создание медиа-проекта (4 часа)

**Занятие 10.** Презентация бизнес-проектов СМИ (6 часа)

Проводится в форме презентации проектов, созданных малыми группа

### **III. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ**

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Медиаэкономика» 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;

требования к представлению и оформлению результатов самостоятельной работы;

критерии оценки выполнения самостоятельной работы.

### **IV. СПИСОК УЧЕБНОЙ ЛИТЕРАТУРЫ И ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

1. Вартанова, Е. Л. Основы медиабизнеса : учебник для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — (Учебник нового поколения). - ISBN 978-5-7567-0724-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038942>
2. Алексеева, М. И. Средства массовой информации России : учеб. пособие для студентов вузов / М.И. Алексеева [и др.] ; под ред. Я.Н. Засурского. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2011. — 391 с. - ISBN 978-5-7567-0594-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038966>
3. Вартанова, Е. Л. СМИ в меняющейся России : монография / под ред. проф. Е.Л. Вартановой ; науч. ред. И.Д. Фомичева. — Москва : Аспект Пресс, 2010. - 336 с. - ISBN 978-5-7567-0565-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038944>
4. Медиасистема России : учеб. пособие для студентов вузов / под ред. Е.Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 384 с. - ISBN 978-5-7567-0864-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038948>

5. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: Учебник / Марков А.А., Молчанова О.И., Полякова Н.В; Под общ.ред. А.А. Маркова - Москва : НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 252 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-006505-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/544650>
6. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г. А. Яковлев. — Москва : ИНФРА-М, 2018. — 143 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-106160-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/939892>
7. Лозовский, Б. Н. Манипулятивные технологии управления средствами массовой информации [Электронный ресурс] / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2008. - 212 с. - ISBN 978-5-7996-0395-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/370929>
8. Иваницкий, В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учеб. пособие для студентов вузов / В.Л. Иваницкий. — Москва : Аспект Пресс, 2010. — 254 с. - ISBN 978-5-7567-0576-8. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1038970>

#### **Дополнительная литература**

1. Кин, Э. Ничего личного: Как социальные сети, поисковые системы и спецслужбы используют наши персональные данные / Кин Э. - Москва : Альпина Пабл., 2016. - 224 с.: ISBN 978-5-9614-5128-3. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/915406>
2. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ: специализация и профилизация в журналистике: Учебное пособие / Бессонов С.И., - 2-е изд., стер. - Москва : Флинта, 2018. - 123 с.: ISBN 978-5-9765-3562-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/966434>
3. Экономика отечественных СМИ : учебное пособие / С. М. Гуревич. Москва : Аспект Пресс, 2004. 288 с. 3-е изд. перераб. и доп.
4. Бессонов С.И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Бессонов С.И.— Электрон. текстовые данные.— Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013.— 124 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>.— ЭБС «IPRbooks»
5. Вартанова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран/ Е.Л. Вартанова. - М.: Аспект Пресс, 2003(или более поздние издания). – 335 с. 2. Мальцева С. В. Инновационный менеджмент: учебник для академического бакалавриата/под ред. СВ Мальцевой //М.: Издательство Юрайт. – 2019. 3. Абрамс Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса. – Альпина Паблицер, 2014.

#### **Интернет-ресурсы**

1. Орлова Т.М. Коммуникационный менеджмент в управлении экономическими системами // Государственная служба, 2002, <http://www.rags.ru/akadem/arn2001/17-2002/17-2002-36.html>
2. Панкрухин А.П. Маркетинг образовательных услуг // <http://mou.marketologi.ru>
3. Самохин М.Ю., Самохина А.К., Карпова О.Е. Бренды в образовании // PR в образовании, <http://www.pr-obr.narod.ru>
4. <http://www.osp.unibel.by/obzor/1998/1/12-1.htm>
5. <http://www.nir.ru/socio/scipubl/sj/34-saganenko.htm>
6. <http://www.elitarium.ru/print.php?id=489&npage=1&PHPSESSID=ddf27873f6b308a62f6a7555d464f1bc>
7. [http://shulenina.narod.ru/Polit/Pochepcov/inf\\_war/40.html](http://shulenina.narod.ru/Polit/Pochepcov/inf_war/40.html)<http://www.pr.com>
8. [http://www.incomtel.ru/~axion/polit/smp\\_odn.htm](http://www.incomtel.ru/~axion/polit/smp_odn.htm)
9. <http://www.dialog-21.ru>
10. <http://www.pr.ru/media>
11. <http://www.comcon.ru>
12. <http://www.ereklama.ru>
13. <http://www.reklamist.com>
14. <http://www.mediaplanirovanie.ru>
15. <http://www.avertisingage.com>
16. <http://www.sovetnik.ru>

## **V. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Студентам следует обратить внимание на следующее.

По курсу «Медиаэкономика» предусмотрен экзамен.

Самостоятельная работа студентов заключается:

- в подготовке к практическим занятиям в форме коллоквиума;
- в выполнении творческих заданий – медиапроект,
- в подготовке к итоговому собеседованию.

Цель практических (семинарских) занятий – научить студентов самостоятельно анализировать учебную и научную литературу и вырабатывать у них опыт

самостоятельного мышления по проблемам курса, а также выработать навыки практического применения теоретических знаний. Как правило, семинары проводятся в виде:

- развернутой беседы – обсуждение (дискуссия), основанные на подготовке всей группы по всем вопросам и максимальном участии студентов в обсуждении вопросов темы семинара. При этой форме работы отдельным студентам могут поручаться сообщения по тому или иному вопросу, а также ставя дополнительные вопросы, как всей аудитории, так и определенным участникам обсуждения;
- устных докладов с последующим их обсуждением;
- мастер-классов;
- творческих заданий.

В ходе самостоятельной подготовки каждый студент готовит выступления по всем вопросам темы. Сообщения делаются устно, развернуто, можно обращаться к конспекту во время выступления.

Подобрав, отработав материал и усвоив его, студент должен начать непосредственную подготовку своего выступления на семинарском занятии для чего следует продумать, как ответить на каждый вопрос темы.

Под медиапроектом понимаются такие учебные задания, которые требуют от студента не простого воспроизводства информации, а творчества и владения проектными и управленческими компетенциями, поскольку задания содержат большой или меньший элемент неизвестности и имеют, как правило, несколько подходов. Проектное задание составляет содержание, основу любого интерактивного метода. Проектное задание (особенно практическое и близкое к жизни) придает смысл обучению, мотивирует студента. Неизвестность ответа и возможность найти свое собственное «правильное» решение, основанное на своем персональном опыте и опыте своего коллеги, друга, позволяют создать фундамент для сотрудничества, самообучения, общения всех участников образовательного процесса, включая преподавателя.

Самостоятельная работа заключается в выполнении студентами **творческих заданий**:

- Разработка концепции медиапроекта
- Составление годовой сметы и штатного расписания медиапроекта
- Разработка маркетинговой кампании медиапроекта

В конце курсов дисциплин студенты должны продемонстрировать определенную степень владения навыками работы с документами и их составления. Для этого они составляют документы: концепция проекта, штатное расписание, годовая смета проекта, календарный план-график работы и маркетинговой кампании.

Экзамен для обучающихся, получивших за выполнение творческих заданий «хорошо» и «отлично» и продемонстрировавших активное участие в практических занятиях (оценивается в баллах), выставляется без собеседования.

Обучающиеся, получившие по результатам творческих заданий хотя бы одну оценку «удовлетворительно», проходят собеседование.

## VI. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Лекционные и практические занятия по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проходят в мультимедийных аудиториях вместимостью более 30 человек.

Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования	Адрес (местоположение) объектов
Мультимедийная аудитория: Экран с электроприводом 236*147 см Trim Screen Line; Проектор DLP, 3000 ANSI Lm, WXGA 1280x800, 2000:1 EW330U Mitsubishi; Подсистема специализированных креплений оборудования CORSA-2007 Tuarex; Подсистема видеокмутации: матричный коммутатор DVI DXP 44 DVI Pro Extron; удлинитель DVI по витой паре DVI 201 Tx/Rx Extron; Подсистема аудиокмутации и звукоусиления; акустическая система для потолочного монтажа SI 3CT LP Extron; цифровой аудиопроцессор DMP 44 LC Extron; расширение для контроллера управления IPL T CR48	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F 422

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.

Для выполнения самостоятельной работы студенты в жилых корпусах ДВФУ обеспечены Wi-Fi.

## VII. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### Паспорт ФОС по дисциплине «Медиаэкономика»

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции	
УК – 3  Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Знает	экономические аспекты функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокомпаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.)
	Умеет	ориентироваться в административных и экономических аспектах функционирования СМИ
	Владеет	навыками использовать современные технологии в организации работы СМИ
УК-8  Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	Знает	основные особенности организационно-правовых форм, виды деятельности предприятий СМИ
	Умеет	определять основные организационно-правовые формы, составлять концепции предприятий СМИ
	Владеет	навыками написания идеи, концепции и плана работы медиапроекта
ОПК-5  Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Знает	теоретические основы экономики и менеджмента
	Умеет	составлять расчеты деятельности предприятий СМИ
	Владеет	технологиями управления и организации работы на предприятиях СМИ

№ п/п	Контролируемые модули/разделы/темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Раздел 1. Основы экономики	УК-3	основные формы экономической деятельности	УО-2 Коллоквиум	УО-1 Собеседование ПР-13 Творческое задание  Вопросы 1-4
			специфика рынка СМИ		
		УК-8	применять экономические знания в деятельности СМИ		
			навыки управленца в деятельности СМИ		
		ОПК-11	знает принципы деятельности успешного медипроекта экономические аспекты функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокompаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.)		
	ориентироваться в административных и экономических аспектах функционирования СМИ навыками использовать современные технологии в организации работы СМИ				
2	Раздел 2. Практика экономики	УК-3	основные особенности управления предприятия СМИ	УО-2 Коллоквиум ПР-13 Творческое задание	УО-1 Собеседование ПР-13 Творческое задание  Вопросы 5-79
			Рассмотреть СМИ как предприятие, участника рынка		
			навыками составления организационных документов в деятельности СМИ		
		УК-8	теоретические основы экономики и менеджмента в деятельности СМИ		
			применять управленческие решения в деятельности СМИ		
			навыками организационно-управленческой работы в деятельности СМИ		
ОПК-5	Принципы составления организационной структуры, экономического плана				

		предприятия СМИ		
		Определить функции сотрудников на предприятии СМИ		
		Навыки управления предприятием СМИ		

### Шкала оценивания уровня сформированности компетенций

Код и формулировка компетенции	Этапы формирования компетенции		критерии	показатели
<b>УК-3</b>  Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	знает (пороговый уровень)	экономические аспекты функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, радиокомпаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.)	знает аспекты функционирования СМИ	Способен дать определения основным показателям экономической деятельности СМИ
	умеет (продвинутый)	ориентироваться в административных и экономических аспектах функционирования СМИ	Умеет определить степень влияния экономических показателей на деятельность СМИ	Способность определить основные и второстепенные экономические показатели и тенденции на медиарынке
	владеет (высокий)	навыками использовать современные технологии в организации работы СМИ	Составление документов	Использует современные технологии в ведении административно-хозяйственной деятельности СМИ (составление смет, диаграмм, план-графиков)
УК-8	знает (пороговый)	Основы экономики, как одного из аспектов	Знание составных	Способность дать определения

Способен создавать и поддерживать безопасные условия жизнедеятельности, в том числе при возникновении чрезвычайных ситуаций	й уровень)	деятельности предприятия СМИ	элементов экономики, рынка	экономическим понятиям
	умеет (продвинутый)	Рассмотреть медиарынок как систему	Умение определять организационно-правовые формы и виды хозяйствования в СМИ	Способность дать экономическую и управленческую оценку деятельности СМИ
	владеет (высокий)	навыками применять полученные знания в работе по созданию СМИ	Владение навыками составления организационно-административных и планово-экономических документов.	Способность создавать документы для работы предприятия СМИ.
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности и тенденции развития медиакommunikационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	знает (пороговый уровень)	признаки качественного произведения художественной литературы	Знание основных экономических и управленческих принципов, а также принципов функционирования предприятий СМИ	Способность назвать основные особенности и задачи хозяйственной деятельности на предприятии СМИ
	умеет (продвинутый)	Определить особенности функционирования предприятий, их экономической и хозяйственной деятельности	Умение составлять и оформлять штатное расписание, организационную структуру, бюджет СМИ	Составлен и надлежащим образом оформлен пакет документов для запуска работы предприятия СМИ
	владеет (высокий)	Навыками управления и организации работы в СМИ	Анализ экономических и рыночных процессов	Способность понимать и оценивать экономические процессы, состояние рынка

## **Методические рекомендации, определяющие процедуры оценивания результатов освоения дисциплины**

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиаэкономика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ» проводится в форме творческих заданий, практических занятий по оцениванию фактических результатов обучения студентов и осуществляется ведущим преподавателем.

Объектами оценивания выступают:

- учебная дисциплина (активность на занятиях, своевременность выполнения различных видов заданий, посещаемость всех видов занятий по аттестуемой дисциплине);
- степень усвоения теоретических знаний;
- уровень овладения практическими умениями и навыками по всем видам учебной работы;
- результаты самостоятельной работы. По каждому объекту дается характеристика процедур оценивания в привязке к используемым оценочным средствам.

Для оценивания степени усвоения теоретических знаний, практических умений и навыков используются оценочные средства в виде УО-2 Коллоквиум, ПР-13 Творческое задание.

## Перечень оценочных средств

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Коллоквиум	Обсуждение отдельных частей, разделов, тем, вопросов изучаемого курса. Служит формой проверки и повышения знаний студентов.	Вопросы для коллоквиума
ПР-13	Творческое задание	Частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных творческих заданий

Критерии оценки указаны ниже.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Медиаэкономика» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной.

В зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

Итоговым контролем по дисциплине является – **экзамен**. Для успешной подготовки к итоговому контролю предлагается выполнить следующие мероприятия:

1. Выполнить практические задания по всем темам дисциплины.
2. Участвовать в обсуждении на практических занятиях по вопросам указанным в практикуме. Для того чтобы принять участие в дискуссии, необходимо провести предварительную подготовку как в содержательном, так и в формальном плане.
3. Выполнить творческие задания.

Обучающимся, получившим за выполнение творческих заданий «удовлетворительно», «хорошо» и «отлично» и продемонстрировавшим активное участие в практических занятиях (оценивается в баллах), выставляется экзамен. Обучающиеся, получившие по результатам творческих заданий хотя бы одну оценку «удовлетворительно», сдают экзамен в виде собеседования.

## **ИСПОЛЬЗУЕМЫЕ ФОРМЫ КОНТРОЛЯ УСВОЕНИЯ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА:**

- форма текущего контроля освоения дисциплины – работа студента на семинарских занятиях;
- форма промежуточных аттестаций – письменная домашняя работа (реферат и эссе);
- итоговая форма контроля знаний.

При оценивании результатов освоения дисциплины (текущей и промежуточной аттестации) применяется балльно-рейтинговая система. В качестве оценочных средств на протяжении семестра используются:

- общетеоретические вопросы и задания с открытой формой ответа,
- тестирование,
- контрольные работы студентов,
- творческая работа,
- итоговое испытание.

Итоговое испытание является аналогом устного экзамена. Его отличие состоит в том, что оценка за итоговое испытание составляет часть общей оценки за работу в течение семестра.

При включении в проверочные задания общетеоретических вопросов необходимо предоставить студенту возможность выбора, предоставив право письменного ответа на определенное количество вопросов из списка. Общетеоретические вопросы должны соответствовать тематике лекционных занятий.

С помощью контрольных заданий тестового типа можно проверить следующие элементы подготовки студентов:

- 1) знание определений;
- 2) знание фактов;
- 3) соотнесение единичных фактов и общих явлений;
- 4) указание характерных, существенных признаков событий и явлений;
- 5) классификация фактов по указанному признаку;
- 6) знание специальных терминов и понятий;
- 7) объяснение причинно-следственных связей событий.

Задания могут разделяться на типы:

- 1) выбор одного правильного ответа (даты, названия, имени и т.п.);
- 2) указание необходимой даты, названия, имени и т.д.;
- 3) определение хронологической последовательности;
- 4) установление соответствия между двумя рядами данных (датами и событиями, именами и событиями и т.п.);
- 5) группировка исторической информации по указанному признаку;
- б) определение общего явления для нескольких фактов.

При составлении контрольных заданий необходимо, чтобы все вопросы имели одинаковое количество вариантов ответа. Вместе с тем задание должно быть сформулировано таким образом, чтобы правильный вариант ответа был только один из нескольких возможных ответов. В случае если используются различные типы заданий, то они должны группироваться по отдельным рубрикам.

Общее количество заданий должно соотноситься с количеством лекционных часов.

## Тесты

### 1. Экономическая теория выполняет функции:

- все указанные функции
- **проникновение в сущность явлений и процессов**
- **разработки принципов и методов рационального хозяйствования**
- разработки научных прогнозов и перспектив общественного развития
- изучение и объяснение процессов и явлений экономической жизни.

### 2. Значение экономической теории в структуре экономического знания в том, что:

- **выражает отношения между людьми в процессе общественного производства**
- выявляет отношения людей к вещам
- показывает отношение к науке
- выражает отношение человека к окружающей природе
- дает полное представление об объемах производства.

### 3. Система экономических отношений определяется отношениями в сфере:

- **в их совокупности**
- распределения
- обмена
- потребления
- производства.

### 4. Что из перечисленного не относится к экономическим целям?

- **политическая стабильность**
- полная занятость
- экономический рост
- экономическая эффективность
- повышение благосостояния людей.

### 5. В современной экономической теории кейнсианское направление обосновывает:

- **необходимость государственного регулирования рыночной экономики через совокупный спрос**
- устранение государственного регулирования экономики как тормоза в развитии общества
- решение всех социально-экономических проблем путем свободной конкуренции
- превосходство рыночной системы хозяйства над смешанной экономикой
- полную либерализацию экономики.

### 6. Характерные черты неоклассического направления:

- все социально-экономические проблемы должны решаться свободной конкуренцией
- эффективная бюджетно-налоговая политика
- необходимо вмешательство государства в экономику
- **активная роль государства в формировании рыночных отношений**
- приверженность патернализму.

**7. Экономические законы выражают:**

- причинно-следственные связи в системе экономических отношений**
- субъективно-психологические зависимости
- социально-политические связи
- юридико-правовые отношения
- морально-этические отношения.

**8. К современным целям развития экономических систем относятся:**

- экономическая эффективность, социальная направленность и решение глобальных проблем
- только социальная направленность
- только глобальные проблемы
- только экономическая эффективность
- только экономическая эффективность и социальная направленность.**

**9. Что из перечисленного изучает микроэкономика?**

- поведение отдельных экономических субъектов**
- численность занятых в экономике страны
- общий уровень цен
- исследует экономику как целостную систему
- мировую экономику.

**10. Решение проблем "что, как и для кого" производить имеют отношение:**

- к любой системе
- к рыночной экономике**
- к развитой экономике
- только к отсталой экономике
- к тоталитарным системам.

**11. Экономическая теория пригодна для изучения:**

- всех экономических систем**
- только капиталистической системы хозяйства
- нет правильного ответа
- развитых и развивающихся стран, кроме стран социализма
- смешанных экономик.

**12. Какова экономическая цель общества, которое стремится минимизировать издержки и максимизировать отдачу от ограниченных производственных ресурсов?**

- экономическая эффективность общественного производства**
- поддержание экономического роста
- национальная экономическая безопасность
- достижение полной занятости
- экологическая безопасность.

**13. Какие методы исследования экономических процессов используются экономической теорией:**

- все предложенные методы
- индукция и дедукция**

- математический
- графический
- **анализ и синтез.**

**14. К предмету экономической теории не относится положение:**

- **неограниченные производственные ресурсы**
- эффективное использование ресурсов
- максимальное удовлетворение потребностей
- редкость блага
- удовлетворение потребностей в образовании.

**15. Меркантилизм исходил из того, что:**

- **богатство - это прежде всего золото и серебро**
- приносит богатство эффективное распределение продуктов труда
- надо поощрять мануфактуру, производящую товары с учетом абсолютного преимущества
- богатство создается только в сельском хозяйстве
- приносит богатство производство материальных благ.

**16. В чем главное содержание учения физиократов:**

- **источником богатства нации является труд в земледелии и его продукт**
- главенство количественного анализа
- торговля есть лишь обмен созданными благами
- освобождение крестьян от многочисленных поборов
- богатство нации - это человек.

**17. Экономическая теория изучает систему отношений:**

- **социально-экономические**
- межнациональные
- технологические
- организационно-правовые
- этические.

**18. В экономической жизни общества определяющими являются отношения:**

- **производственные**
- религиозные
- политические
- идеологические
- морально-правовые.

**19. Экономическая теория выполняет функцию:**

- **все названное - функции экономической теории**
- проникать в суть явлений и процессов
- разрабатывать принципы и методы рационального хозяйствования
- разрабатывать научные прогнозы и перспективы общественного развития
- изучать и объяснять процессы и явления экономической жизни.

**20. Впервые идеи либерализма, минимального вмешательства государства в экономику, были разработаны:**

- А. Смитом

- К. Марксом
- Дж. Кейнсом
- У. Петти
- А. Маршаллом.

**21. Если экономика изучается как целостная система, то это анализ:**

- **макроэкономический**
- микроэкономический
- позитивный
- нормативный
- национальный.

**22. Ограниченность ресурсов - это проблема, которая:**

- **есть у всех людей и обществ**
- есть только у бедных людей
- существует только в бедных странах
- никогда не возникает у богатых людей
- никогда не возникает в богатых странах.

**23. Необходимость эффективного использования производственных ресурсов определяется:**

- редкостью и ограниченностью ресурсов
- бесплатностью ресурсов
- их взаимозаменяемостью
- **ограниченностью**
- редкостью ресурсов.

**24. Собственность выражает отношения:**

- присвоения и отчуждения
- личного и индивидуального характера
- ответственности
- обмена
- распоряжения.

**25. Системообразующими являются отношения по поводу:**

- собственности на средства производства
- использования природных ресурсов
- распределения дохода
- потребление созданного продукта
- использование труда.

**26. Экономическое содержание процессов приватизации и разгосударствления:**

- создание конкурентных отношений на базе многообразных форм собственности, сокращение доли государственной собственности
- сокращение частной собственности
- обеспечение условий входа на рынок
- создание многообразных форм аренды собственности
- проведение национализации.

**27. Необходимость многообразия форм собственности определяется:**

- требованиями конкуренции

- политическими мотивами
- требованиями нового постиндустриального общества к видам имущества
- уровнем развития производительных сил общества
- необходимостью наполнения рынка товарами.

**28. Основными элементами собственности являются:**

- владение, пользование, распоряжение
- пучок правомочий, объект
- объекты и субъекты
- защита прав собственности и объектные отношения
- договор принадлежности лицу, государственный акт присвоения (отчуждения).

**29. Практические аспекты разгосударствления и приватизации в странах с рыночной и переходной экономикой:**

- создание лучших конкурентных преимуществ на рынке
- создание моделей и методов приватизации
- бесплатное получение активов в собственность
- разработка новых видов юридической документации
- приобретение собственности по ценам ниже рыночных.

**30. Что придает рыночной системе устойчивость?**

- все вышеперечисленное
- возможность получения максимальной прибыли
- способность расширять производство
- гарантия сохранения и увеличения собственности
- возможность свободного входа на рынок и получение максимальной выгоды.

**31. Право частной собственности находит свое выражение в:**

- абсолютном распоряжении собственностью
- многообразии форм собственности
- участии в пользовании собственностью
- ограничении доступа к благам других лиц
- свободном определении судьбы имущества.

**32. Сколько элементов содержится в "пучке" прав собственности?**

- 11
- 16
- 2
- 7
- 5.

**33. Автор теории прав собственности:**

- Р. Коуз
- М. Фридмен
- К. Маркс
- Дж. Кейнс
- Дж. Хикс.

**34. Содержание прав собственности выражено в:**

- "пучке прав"
- ресурсе правомочия
- диалектике объектов и субъектов собственности
- имущественных отношениях
- отношениях между государством и субъектами.

**35. Если экономическая власть централизована и основным экономическим субъектом выступает государство, то это:**

- командно-административная экономика
- патриархальная система
- рыночная экономика
- смешанная экономика
- традиционная экономика.

**36. В качестве факторов производства выступают:**

- капитал, труд, земля, предпринимательская способность
- только труд
- только земля
- только предпринимательская способность
- только капитал.

**37. Производство - это:**

- процесс создания благ
- способ удовлетворения потребностей
- процесс создания стоимости
- процесс создания потребительной стоимости
- все перечисленное выше.

**38. Современная экономическая теория в качестве дополнительных факторов производства выделяет:**

- информационный, экологический
- политический
- идеологию
- экологический
- информационный.

**39. Предельный продукт определяется как:**

- отношение прироста продукта к приросту ресурса
- отношение всего объема продукта к приросту ресурса
- прирост продукта вообще
- отсутствие прироста продукта
- отношение к работе машин.

**40. Какая из перечисленных задач является основной для экономической системы:**

- скоординировать действия отдельных экономических субъектов
- определить технические условия производства
- ликвидировать инфляцию и безработицу
- установить справедливое общественное устройство
- обеспечить расширение производства и экономический рост.

**41. Кривая производственных возможностей показывает:**

- альтернативную комбинацию товаров при данном количестве ресурсов
- лучшую из возможных комбинаций двух товаров
- точные количества двух товаров, которые хозяйство намерено производить
- время, когда вступает в действие закон убывающей производительности факторов производства
- меньшую потребность производственных ресурсов.

**42. Натуральному хозяйству не свойственно:**

- обмен продуктами труда путем купли-продажи
- естественной формой богатства является натуральный продукт
- характерен универсальный труд
- осуществляются прямые экономические связи
- продукты производятся для удовлетворения собственных потребностей.

**43. Условия, необходимые для возникновения товарного производства:**

- общественное разделение труда и экономическая обособленность производителей
- производство одного продукта
- универсальность труда
- традиционность экономики
- богатые природные ресурсы.

**44. Деньги - это:**

- всеобщий эквивалент
- простое орудие счета
- резервная валюта
- выгода
- золотой запас государства.

**Оценочные средства для промежуточной аттестации**

**Примерный перечень вопросов на экзамен:**

1. Бюджет и баланс издания, их структура.
2. Газетное и книжное направление издательской деятельности редакции.
3. Государственные и негосударственные (коммерческие) телерадиокомпании.
4. Дизайн издания как фактор, повышающий его конкурентоспособность.
5. Журналист в редакционном коллективе.
6. Журналистика как разновидность производства, специфика этого производства.
7. Задачи редакционного менеджмента.
8. Закономерности формирования информационного рынка.

9. Изучение конкурентоспособности как одна из задач редакционно-издательского маркетинга.
10. Имидж издания.
11. Иностраный капитал на информационном рынке.
12. Источники доходов производящей и вещательной телерадиокомпании.
13. Классификация тверских СМИ по типу финансово-хозяйственной
14. деятельности.
15. Коммерческая деятельность редакции.
16. Методы маркетинга.
17. Организационные, психологические, экономические методы руководства редакцией СМИ.
18. Отечественный капитал на информационном рынке.
19. Периодическое издание и его аудитория.
20. Производящие и вещательные негосударственные компании.
21. Процесс концентрации средств массовой информации в России в 1990–2015 гг.
22. Редакционно-издательский маркетинг как особый вид издательской
23. деятельности.
24. Редакция СМИ как юридическое лицо.
25. Рекламная политика редакции.
26. Рынок и свобода журналистской деятельности.
27. Рыночные отношения между производителями журналистской
28. информации и ее потребителями.
29. Сегментация как основа изучения информационного рынка.
30. Система тверских СМИ.
31. Служба редакционного менеджмента.
32. Способы получения прибыли редакцией.
33. Структура информационного рынка.
34. Структура службы маркетинга.

35. Типы рекламы.
36. Тиражная политика редакции.
37. Товарная единица журналистской информации.
38. Требования к менеджеру.
39. Учредитель, соучредители СМИ, их права и обязанности.
40. Учредительный договор и Устав редакции СМИ.
41. Факторы, регулирующие ценовую политику редакции.
42. Финансовая база СМИ.
43. Финансовый менеджмент как вид управленческой деятельности редакции.
44. Цели редакционного менеджмента.
45. Ценовая политика редакции.
46. Эффективные методы использования прибылию
47. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
48. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
49. Жизненный цикл медиапродукта .
50. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
51. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
52. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
53. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.
54. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
55. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация.
56. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала.
57. Формы собственности на рынке СМИ.
58. Типы концентрации СМИ. Кластеризация.
59. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
60. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ.

61. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ.
62. Экономические особенности телевизионной индустрии.
63. Типы телевизионных каналов.
64. Телевизионное программирование.
65. Аналоговое и цифровое вещание.
66. Экономические особенности индустрии радио.
67. Типы радиостанций.
68. Программирование радиостанций.
69. Экономические особенности газетной индустрии.
70. Типы газетных изданий.
71. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция.
72. Экономические особенности журнальной индустрии.
73. Типы журнальных изданий.
74. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ.
75. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ.
76. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств.
77. Методы измерения аудитории СМИ.
78. Основные показатели медиапланирования.
79. Организационно-правовые формы медиапредприятий.
80. Органы управления медиапредприятием. Собственники и менеджмент.
81. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления.
82. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка

*Образец экзаменационного билета*

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
профессионального образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
Школа гуманитарных наук

**ООП 42.03.02 «Журналистика»**

**Дисциплина «Медиаэкономика»**

**Форма обучения** Очная

**Семестр** Осенний

**Реализующая кафедра** журналистики и издательского бизнеса

**Экзаменационный билет № 1**

1. Дизайн издания как фактор, повышающий его конкурентоспособность.
2. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ.
3. Коммерческая деятельность редакции.

Директор департамента \_\_\_\_\_

**Критерии выставления оценки студенту на экзамене  
по дисциплине «Медиаэкономика»:**

Баллы (рейтинговой оценки)	Оценка экзамена (стандартная)	Требования к сформированным компетенциям
100-85	<i>«отлично»</i>	Оценка «отлично» выставляется студенту, если он глубоко и прочно усвоил программный материал по основам экономики и менеджмента, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, обозначает особенности применения тех или иных инструментов экономической деятельности и методов управления на предприятии, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач, владеет и использует в решении задач нормативно-правовую базу, способен использовать современные технические средства для оптимизации, унификации и модернизации работы СМИ.
85-76	<i>«хорошо»</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. Использует основной терминологический аппарат по технологии экономическим процессам, способен решить стандартные практические задачи по управлению СМИ, знает основные нормативно-правовые акты, влияющие на способы и методы работы редактора.
75-61	<i>«удовлетворительно»</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, не владеет способами и методами работы предприятия СМИ, не владеет нормативно-правовыми актами и не применяет их.
60-50	<i>«неудовлетворительно»</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.

## **Оценочные средства для текущей аттестации**

### **Групповые творческие задания (проекты):**

1. Создание идеи и концепции СМИ
2. Подготовка штатного расписания, плана деятельности СМИ, а также уставных документов и годового бюджета предприятия.

### **Критерии оценки:**

- ✓ 1 балл, если работа представлена преподавателю.
- ✓ 2 балла, если работа выполнена удовлетворительно.
- ✓ 3 балла, если работа выполнена хорошо.
- ✓ 4 балла, если работа выполнена отлично.