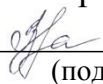




МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего образования  
**«Дальневосточный федеральный университет»**  
(ДВФУ)  
ШКОЛА ИСКУССТВ И ГУМАНИТАРНЫХ НАУК


СОГЛАСОВАНО

Руководитель образовательной  
Программы 42.03.01

 В.А. Попиль  
(подпись) (И.О. Фамилия)

УТВЕРЖДАЮ

Директор департамента коммуникаций  
и медиа

 И.П. Куманева  
(подпись) (И.О. Фамилия)

«09» января 2023г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

***Медиаландшафт и медианпотребление***

*Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью*

*Профиль «Реклама и связи с общественностью»*

*Форма подготовки очная*

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

Директор Департамента коммуникаций и медиа канд. ист. наук, Куманева И.П..  
Составитель: к.полит.н., старший преподаватель Попиль В.А.

Владивосток  
2023

**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)

## **I. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ:**

**Цель курса** «Медиаландшафт и медиапотребление» 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 специалиста в сфере рекламы и связей с общественностью.

Профессиональные компетенции выпускников и индикаторы их достижения:

Тип задач	Код и наименование профессиональной компетенции (результат освоения)	Код и наименование индикатора достижения компетенции
Организационный	ПК-3 Способен к формированию и обоснование бюджета продвижения коммуникационного продукта	ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика
Маркетинговый	ПК-5 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами
	ПК-6 Способен проводить маркетинговые и социологические исследования	ПК-6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании
Технологический	ПК-7 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы коммуникаций	ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами

Код и наименование индикатора достижения компетенции	Наименование показателя оценивания (результата обучения по дисциплине)
ПК-3.1 Формирует оптимальный бюджет для реализации стратегии продвижения; обосновывает необходимые расходы согласно показателям эффективности продвижения; вычисляет экономический эффект от реализации стратегии продвижения с учетом финансовых возможностей заказчика	Владеет навыками бюджетного планирования при организации и проведении кампаний в рекламе и связях с общественностью, включая планирование с жестким потолком затрат, планирование с плавающим потолком затрат, тоннельное планирование, планирование с гибким целевым дефицитом и планирование с условно неограниченным потолком затрат.
	Умеет соотносить затраты рекламного бюджета и эффективность кампании
	Способен применять на практике навыки оптимизации бюджета и постатейных перебросок средств
ПК-5.3 Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами	Владеет принципами отслеживания реакции референтных групп на рекламные и информационные сообщения как в традиционных медиа, так и в блогосфере
	Способен отслеживать реакцию на рекламные сообщения в разных информационных источниках
	Знает методы интерпретации реакции потребителей на рекламу
ПК-6.2 Обосновывает необходимость использования в рекламной деятельности и связях с общественностью познавательный потенциал исследований; готовит, осуществляет полевые работы, обосновывает методы сбора и обработки данных в социологическом исследовании	Умеет формировать «сетку» для социологических и рыночных исследований, организовывать проведение фокус-групп и различных видов опросов, способен грамотно интерпретировать их результаты в интересах повышения общего потенциала рекламной деятельности и в интересах заказчика при организации рекламных и информационных кампаний
	Способен соотносить экономические и коммуникативные инструменты в рамках рекламной деятельности
	Владеет способностями анализа эффективности КСИ
ПК-7.3 Применяет основные технологии организации специальных мероприятий в работе с различными целевыми группами	Владеет практическими навыками организации пресс-конференций, подходов к прессе, круглых столов, а также иных форматов создания информационных поводов в сфере рекламы и связей с общественностью
	Знает способы интеграции спецмероприятий в общую коммуникативную стратегию компании (заказчика)
	Способен моделировать спецмероприятия под разные целевые группы



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

#### **Лекционные занятия (18 часов)**

##### **1. Экономическая природа СМИ (2 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 (2 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. Демпрофессионализация 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 (2 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 гляцевых 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 (2 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-новых СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономика мобильных медиа.

### **5. Финансирование медиапредприятия (2 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 (2 часа)**

Профессии медиainдустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакomпаний. 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 (2 часа)**

Определение проекта как вида деятельности. Модели жизненного цикла в проекте.

Медиа-проект и его особенности. Основные этапы результаты медиа-проекта. Формулирование цели проекта.

### **8. Организационные структуры в СМИ (2 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 на медиарынке (2 часа)**

Анализ ситуации в реализуемых медиа-проектов: 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.



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

##### **Практические занятия**

(Практические занятия в рамках данного курса не предусмотрены)

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

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине «Медиаландшафт и медиапотребление» 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.

<b>№ п/п</b>	<b>Дата/сроки выполнения</b>	<b>Вид самостоятельной работы</b>	<b>Примерные нормы времени на выполнение</b>	<b>Форма контроля</b>
1.	1-2 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
2.	3-4 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
3.	5-6 уч.неделя		3 часа	Устный опрос

4.	7-8 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
5.	9-10 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
6.	11-12 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
9.	13-14 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
10.	15-16 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
11.	17-18 уч.неделя	Подготовка к дискуссии	3 часа	Устный опрос
12.	12-14 неделя	Эссе	3 часа	Проверка эссе
13.	15-18 неделя	Подготовка и защита реферата	3 часа	Реферат
14.	18 неделя	Подготовка к зачету	3 часа	Устный опрос

## VI. КОНТРОЛЬ ДОСТИЖЕНИЯ ЦЕЛЕЙ КУРСА

№ п/п	Контролируемые модули/разделы / темы дисциплины	Коды и этапы формирования компетенций		Оценочные средства - наименование	
				текущий контроль	промежуточная аттестация
1	Экономическая природа СМИ	ПК-3.1	Знает основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3	УО-1 Устный опрос (экзамен) вопросы №1-8
			Умеет использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
			Владеет способностью использовать		

			основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
2	Специфика рынка печатных и электронных СМИ	ПК-5.3	<p>Знает структуру коммуникационные кампании и мероприятия</p> <p>Умеет планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p> <p>Владеет умением планировать и организовывать под контролем коммуникационные кампании и мероприятия</p>	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3	УО-1 Устный опрос (экзамен). Вопросы: 9, 10, 20-25
3	Проектный подход в управлении СМИ	ПК-6.2	Знает основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3	УО-1 Устный опрос (экзамен).

			Умеет использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		Вопросы: 8, 10, 12, 15-18, 21-25
			Владеет способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
4	Анализ ситуации и бизнес-планирование на медиарынке	ПК-7.3	Знает основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности	УО-1, УО-4, ПР-1, ПР-3, ПР-11.	УО-1 Устный опрос (экзамен) Вопросы: 14-25
			Умеет использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		
			Владеет способностью использовать основы правовых знаний в различных сферах жизнедеятельности		

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.

## **VII. 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. Варганова, Е. Л. Медиаэкономика зарубежных стран/ Е.Л. Варганова. - 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 Паблшер, 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=dff27873f6b308a62f6a7555d464f1bc>
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>

### VIII. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Изучение дисциплины «Медиаландшафт и медиапотребление» 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 реферата, доклада или эссе. Магистр выбирает тему и самостоятельно в течение семестра готовит письменную работу, которую защищает в конце семестра. Реферат готовится в соответствии с требованиями к содержанию и оформлению рефератов. Преподаватель контролирует результат индивидуальным собеседованием проверкой письменной работы (реферата) 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, все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников.

Во второй половине семестра бакалавру предлагается самостоятельно подготовиться к тестированию. С этой целью ему необходимо проработать информацию, используя все лекции, предложенный преподавателем глоссарий, рекомендованную учебно-методическую литературу и информацию из интернет-источников для формирования собственных ответов. В конце семестра студент должен подготовиться к промежуточной аттестации - сдаче зачета, при этом для подготовки используются список контрольных вопросов к зачету. Зачет выставляется в общей совокупности всех работ с учетом выполненной самостоятельной работы, зачетных результатов тестирования и реферата.

## **IX. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

<b>Наименование оборудованных учебных кабинетов, объектов для проведения практических занятий с перечнем основного оборудования</b>	<b>Адрес (местоположение) объектов</b>
Помещение укомплектовано специализированной учебной мебелью (посадочных мест – 34) Оборудование: плазма: модель LG FLATRON M4716CCBA Проектор, модель Mitsubishi, экран Эксклюзивная документ камера, модель Avervision 355 AF Доска аудиторная	г. Владивосток, о. Русский, п. Аякс д.10, корпус F, ауд. F621 Учебная аудитория для проведения занятий лекционного и семинарского типа

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.

## **Х. ФОНДЫ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

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

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиаландшафт и медиапотребление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Текущая аттестация по дисциплине «Медиаландшафт и медиапотребление» проводится в форме контрольных мероприятий, 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 Собеседование, УО-2 круглый стол, диспут, полемика, дебаты.

Критерии оценки указаны ниже.

### **Перечень оценочных средств**

Код ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде
УО-2	Собеседование	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Вопросы по темам/разделам дисциплины
УО-4	Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагается осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Вопросы/задания по темам/разделам дисциплины

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Медиаландшафт и медиапотребление» проводится в соответствии с локальными нормативными актами ДВФУ и является обязательной. Зависимости от вида промежуточного контроля по дисциплине и формы его организации могут быть использованы различные критерии оценки знаний, умений и навыков.

**Критерии оценки (устного доклада, дискуссии, эссе, в том числе выполненных в форме презентаций):**

✓  
100-86 баллов выставляется студенту, если студент 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; графически работа оформлена правильно

✓  
85-76 - баллов - 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

✓  
75-61 балл – студент 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

60-50 баллов - если работа представляет собой пересказанный или полностью переписанный исходный текст без каких бы то ни было комментариев, анализа. Не раскрыта структура и теоретическая составляющая темы. Допущено три или более трех ошибок в смысловом содержании раскрываемой проблемы, в оформлении работы.

### Критерии оценки презентации доклада:

Оценка	50-60 баллов (неудовлетворительно)	61-75 баллов (удовлетворительно)	76-85 баллов (хорошо)	86-100 баллов (отлично)
Критерии	Содержание критериев			

раскрытие е проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
формление	Не использованы технологии Power Point. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии Power Point частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии Power Point. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (Power Point и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
ответы на опросы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные, с приведением примеров и/или пояснений

### Критерии оценки (письменный ответ)

✓  
100-86 баллов - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.

✓  
85-76 - баллов - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.

✓  
75-61 - балл – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с

использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.



60-50 баллов – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

### **Критерии оценки (устный ответ)**



100-85 баллов - если ответ 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 проблем изучаемой области.



85-76 - баллов - 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 – 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 – 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.

Самостоятельная работа состоит из следующих компонент:

1. Подготовка теоретического материала к каждой теме семинара: выполнение домашних заданий.
2. Подготовка реферата по темам, сформулированным преподавателем либо по интересующей теме (при согласовании с преподавателем).
3. Подготовка к тестированию теста.

### **Основные требования к содержанию реферата:**

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно.

Студент должен использовать только те материалы (научные статьи, монографии, пособия), которые имеют прямое отношение к избранной им теме. Не допускаются отстраненные рассуждения, не связанные с анализируемой проблемой. Содержание реферата должно быть конкретным, исследоваться должна только одна проблема (допускается несколько, только если они взаимосвязаны). Студенту 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 реферат состоит из:

1. Титульного листа;
2. Введения, где студент формулирует проблему, подлежащую анализу и исследованию;

3. Основного текста, в котором последовательно раскрывается избранная тема. В отличие от курсовой работы, основной текст реферата предполагает деление на 2-3 параграфа без выделения глав. При необходимости текст реферата может дополняться иллюстрациями, таблицами, графиками, но ими не следует «перегружать» текст;

4. Выводы, 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 реферата, так и иные, которые были изучены им при подготовке реферата.

Объем реферата составляет 10-15 страниц машинописного текста, но в любом случае не должен превышать 15 страниц. Интервал – 1,5, размер шрифта – 14, поля: левое — 3 см, правое — 1,5 см, верхнее и нижнее — 1,5 см. Страницы должны быть пронумерованы. Абзацный отступ от начала строки равен 1,25 см.

Реферат пишется студентами в течение семестра в сроки, устанавливаемые преподавателем. При зачете реферата учитываются соответствие содержания выбранной теме, четкость структуры работы, умение работать с научной литературой, умение ставить проблему и анализировать ее, умение логически мыслить, владение профессиональной терминологией, грамотность оформления. Реферат оценивается по 10-бальной системе: 10-6 баллов – «зачтено», менее 6 баллов – «не зачтено».

При написании реферата по ниже представленным темам студенты должны проработать материалы, предложенные преподавателем и найденные самостоятельно. Объем реферата зависит от изучаемой темы, оформление согласно правилам, размещенным на сайте ДВФУ. В

реферате должна быть показана актуальность темы, цель и задачи исследования по данной проблематике, а также краткое раскрытие темы с выводами. Для докладов и эссе – излагаемый материал, опираясь на терминологический и понятийный аппарат дисциплины «Теория и практика электорального поведения», должен носить исследовательский характер, а студент способен выявлять проблемные области, выдвигать оригинальные идеи решений и критически их обсуждать в группе.

### **Примерные темы рефератов**

1. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
2. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
3. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.
4. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
5. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация.
6. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала.
7. Формы собственности на рынке СМИ.
8. Типы концентрации СМИ. Кластеризация.
9. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
10. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ.
11. Транспарентность СМИ.
12. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ.
13. Экономические особенности телевизионной индустрии.
14. Типы телевизионных каналов.



## 15. Телевизионное программирование.

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

**Текущая аттестация студентов.** Текущая аттестация студентов по дисциплине «Медиаландшафт и медиапотребление» 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.

Критерии оценки указаны ниже.

**Промежуточная аттестация студентов.** Промежуточная аттестация студентов по дисциплине «Медиаландшафт и медиапотребление» 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 нижеперечисленное**
- 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 зачет:**

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 прибыли
47. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
48. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
49. Жизненный цикл медиапродукта .
50. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».

**Критерии выставления оценки студенту на зачете  
по дисциплине «Медиа ландшафт и медиапотребление»:**

<b>Оценка зачета/ экзамена (стандартная)</b>	<b>Требования к сформированным компетенциям</b>
----------------------------------------------------------	-------------------------------------------------

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