

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика и менеджмент медиа

(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Протокол Ученого советом Института от 31 мая 2022 года (протокол № 17)

Москва 2022

Разработчик (и):

Быстрова Елена Юрьевна, старший преподаватель кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена для исполнения с 2023/2024 учебного года на заседании кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации 30 августа 2023 года (протокол № 1).

1. Цель освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – формирование у студента системных представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 – «Медиакоммуникации» дисциплина «Экономика и менеджмент медиа» относится к модулю «Правовые, экономические и управленческие аспекты медиаиндустрии» обязательной части учебного плана (Б1.О.04.03).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		Знать	уметь	владеть
УК-2. Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.2 Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла	особенности реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла и имеющиеся проектные ограничения	планировать работу с учетом доступных ресурсов	навыками применения доступных ресурсов в процессе управления проектом
ПК-1. Способен транслировать правовые и этические нормы, стандарты речевой культуры в профессиональной и социальной деятельности, организовывать и координировать работу по производству медиатекстов и медиaproдуктов с учетом этих норм и запросов аудитории	ПК-1.2 Способен организовывать и координировать работу по производству медиатекстов и медиaproдуктов, осуществлять обратную связь с аудиторией	правовые и этические нормы, стандарты речевой культуры методы и приемы организации и координации работу по производству медиатекстов и медиaproдуктов	обеспечивать соблюдение правовых и этических норм, стандартов речевой культуры при оценке медиатекстов и медиaproдуктов организовывать и координировать работу по производству медиатекстов и медиaproдуктов, осуществлять обратную связь с аудиторией	навыками оценки медиатекстов и медиaproдуктов с точки зрения правовых и этических норм, стандартов речевой культуры; организации и координации работ по производству медиатекстов и медиaproдуктов
ПК-2 Способен разрабатывать, планировать и реализовывать медиапроекты и создавать медиaproдукты, в том числе связанные с распространением и популяризацией знаний в области русского языка и русской культуры	ПК-2.1 Разрабатывает концепцию, структуру и условия реализации медиапроектов и медиaproдуктов, формирует организационную структуру медиапроектов	Знать специфику медиапланирования, экономики медиасферы, медиапроектов	Оценивать экономическую эффективность организационной структуры при производстве медиaproдукта	навыками составления бизнес-плана / паспорта медиапроекта

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	<u>очная</u> форма обучения
	3 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	3
Количество часов по учебному плану (час.)	108
Контактная работа (всего)	32
В том числе:	
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	74
Форма промежуточной аттестации – зачет	2

4. 2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану	Контактная работа (часы), из них		Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практические занятия			
	Очная форма					
Тема 1. Экономическая природа СМИ	22	4	4	14		Д
Тема 2. Специфика производства массово-информационной продукции	28	4	4	20		Т
Тема 3. Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов	28	4	4	20		Р
Тема 4. Особенности медиаменеджмента	28	4	4	20		П
Форма промежуточной аттестации – зачет	2				2	
Итого	108	16	16	74	2	

Примечание:

Условные обозначения форм контроля: Д – доклад, Т – тест, Р – реферат, П – проект

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Экономика и менеджмент медиа» применяются следующие образовательные технологии:

- информационные технологии – презентации;
- интернет-технологии – технологии, позволяющие использовать прямые, интерактивные, социальные сервисы Интернет;
- технологии, позволяющие обрабатывать и представлять информацию.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих:

- 1) обучение на основе опыта;
- 2) выступления с сообщениями;
- 3) тестирование;
- 4) подготовку презентаций;
- 5) работа с учебной и научной литературой.

В рамках учебных курсов предусмотрены встречи с представителями ведущих российских дизайн-бюро, рекламных агентств и прочих организаций, чья деятельность связана с дизайном, мастер-классы экспертов и специалистов в области дизайна.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебная и учебно-методическая литература, учебно-методические и другие материалы, необходимые для изучения дисциплины:

6.1. Список учебной литературы

Основная литература:

1. Бессонов С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике [Электронный ресурс]: Учебное пособие / С. И. Бессонов; Под ред. В. Ф. Олешко. – Электронные текстовые данные. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. – 124 с. – 978-5-7996-1004-3. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>

2. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2023. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/518357>.

Дополнительная литература:

1. Большеева, С.А. Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь»): учебно-методическое пособие / С.А. Большеева А.С. Юферева. – Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. – 108 с. – ISBN 978-5-7996-1854-4. – Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. – URL: <http://www.iprbookshop.ru/65943.html>

2. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: учебное пособие для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст:

электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/512575>

3. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики. Моделирование и применение: учебное пособие / С. Г. Корконосенко. — Москва: Логос, 2015. — 248 с. — ISBN 978-5-98704-471-1. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/51641.html>

6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Ресурсы сети Интернет, необходимые для изучения дисциплины:

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ)
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>
Информационно-справочные системы		
Библиографические базы данных по общественным наукам ИНИОН	http://inion.ru/	Свободный доступ
Методология: словарь системы основных понятий. Сайт академика РАО Новикова А.М.	http://www.anovikov.ru/dict/met_sl.htm	Свободный доступ
Электронно-библиотечные системы		
ЭБС «ИНФРА–М»	http://znanium.com	Свободный доступ
Образовательная платформа Юрайт	https://urait.ru	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Электронно-библиотечная система IRP BOOKS	http://www.iprbookshop.ru/	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Профессиональные базы данных		
Научная электронная библиотека РИНЦ	https://elibrary.ru/	Свободный доступ
Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»	https://cyberleninka.ru/	Свободный доступ

6.3. Содержание самостоятельной работы

Тема 1. Экономическая природа СМИ.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Медиаинформация как продукт производства.
2. Рыночные отношения между производителями и потребителями медиаинформации.
3. Закономерности формирования и развития информационного рынка.
4. Состав и структура информационного рынка.
5. Экономические предпосылки основания периодического издания.
6. Проблемы собственности в медиабизнесе.
7. Организационно-правовые формы юридического лица редакции СМИ.
8. Конкуренция на информационном рынке России.
9. Процесс концентрации средств массовой информации.

Задания для самостоятельной работы:

1. Составление таблицы основных сегментов медиа.
2. Сопоставление компонентов культурных и креативных индустрий.
3. Подготовка схему-структуру основных функций и задач менеджмента в медиа.
4. Обозначение и характеристика основных тенденций развития современной медиаиндустрии.
5. Составление 10 тестовых заданий по теме «Экономическая природа СМИ».
6. Заполнение глоссария.
7. Изучить научную литературу по теме, подготовить доклад.

Тема 2. Специфика производства массово-информационной продукции.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Уставный фонд редакции: основной фонд и оборотный фонд (оборотные средства).
2. Источники финансирования редакции.
3. Бюджетный дефицит и балансовая прибыль.
4. Направления ценовой политики редакции.
5. Редакционный бюджет. Доходная сторона бюджета редакции.
6. Общередакционные и издательские расходы.
7. Бюджет редакции печатного периодического издания, телевизионного и радиоканала, Интернет-СМИ, информационного агентства.

Задания для самостоятельной работы:

1. Характеристика типов рыночных структур в медиаиндустрии.
2. Анализ издержек и составление таблицы постоянных и переменных издержек в разных отраслях медиа.
3. Сравнительный анализ особенностей финансового обеспечения районных, региональных (областных), федеральных СМИ.

Тема 3. Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Цели и задачи медиамаркетинга.
2. Изучение рынка периодических изданий.
3. Сегментация рынка. Выбор и изучение рыночного сегмента.
4. Позиционирование средства массовой информации.
5. Промоушн. Процесс продвижения издания на рынок.
6. Планирование маркетинговой деятельности на информационном рынке. Методы маркетинга.

Задания для самостоятельной работы:

- 1) Проведите сегментацию медиарынка одного из регионов РФ. Поясните, какие количественные и качественные характеристики необходимо учитывать в процессе изучения рынка периодических изданий и выбора соответствующего сегмента. Приведите примеры различных сегментов информационного рынка региона.
- 2) Составьте схему демографического анализа рынка периодических изданий и метода определения границ региона распространения медиапродукции, его территориальной характеристики.
- 3) Предложите алгоритм продвижения издания на информационный рынок.
- 4) Определите оптимальную структуру службы редакционно-издательского маркетинга (на примере СМИ одного из регионов РФ).

Тема 4. Особенности медиаменеджмента.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Экономические принципы редакционной деятельности.
2. Сущность понятия «редакционный менеджмент».
3. Цели и задачи редакционного менеджмента.
4. Служба редакционного менеджмента.
5. Требования к редакционному менеджеру.

Задания для самостоятельной работы:

1. Определите понятие «редакционный менеджмент» и назовите его цели и задачи.

2. На основе проведения опроса (анкетного, экспертного и пр.) выявите набор базовых требований, предъявляемых медиарынком к профессиональному и образовательному уровню журналиста.
3. Выявите и оформите в виде ранжированного списка факторы, от которых зависит формирование положительного имиджа средства массовой информации.
4. Обозначьте комплекс мероприятий, способствующих формированию бренда периодического издания.

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины, технологической карте и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Тематика докладов:

Тематика доклада – «Анализ современного состояния медиаиндустрии».

Задание: с помощью сервиса Интернет-статистики самостоятельно формируется отчет о рейтинге самых популярных (наиболее посещаемых за сутки) российских информационных ресурсов в одной из тематических категорий (например, в категории «Новости и СМИ») и с учетом представленных данных делаются общие выводы.

Требования к структуре и содержанию доклада

- 1) количество слайдов 10-15 шт.;
- 2) титульный слайд с указанием ФИО, номера группы студента, темы доклада-презентации;
- 3) слайд-введение (цели и задачи доклада, структура доклада);
- 4) заключительный слайд - список использованной литературы;
- 5) продолжительность – 10 – 15 минут.

Критерии оценки доклада

Критерии	Показатели
Умение анализировать материал	<ul style="list-style-type: none">- умение формулировать проблему исследования;- выдвигать корректные гипотезы;- умение намечать пути исследования;- умение отбирать материал;- умение сравнивать материал- умение верифицировать выводы;- умение обобщать, делать выводы;- умение сопоставлять различные точки зрения;- умение выстраивать убедительные логичные доказательства
Навыки публичного выступления на практическом занятии, создавать и использовать презентации	<ul style="list-style-type: none">- четкий план доклада;- научный стиль изложения;- достаточность обоснования;- умение заинтересовать аудиторию;- подбор и атрибутирование видеоматериалов;- построение видеоряда соответственно ходу;

	рассуждений; - резюмирование промежуточных и окончательных решений
--	--

Шкала оценивания доклада (в баллах):

– 15-10 баллов выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к написанию доклада: тема раскрыта полностью, сформулированы выводы, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

– 9-6 баллов выставляется обучающемуся, если основные требования к докладу выполнены, но при этом недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержан объем доклада, имеются упущения в оформлении, на дополнительные вопросы даны неполные ответы;

– 5-3 балла выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к оформлению доклада: тема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы (или не смог ответить на дополнительные вопросы), отсутствует вывод.

– 2-0 баллов выставляется обучающемуся, если он не смог раскрыть тему доклада, обнаруживается существенное непонимание проблемы, не ответил на дополнительные вопросы либо доклад не представлен.

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе Данный вид работы не предусмотрен.

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов **Тематика рефератов:**

1. Управление медиапредприятием.
2. Государственная поддержка СМИ.
3. Ведущие радиокomпании России и зарубежных стран.
4. Виды капитала на рынке СМИ.
5. Пресс-группа и ее структура в современной редакции.
6. Внутриредакционный холдинг: издержки и преимущества.
7. Доходные и расходные статьи негосударственной вещательной телерадиокomпании.
8. Формы и методы коммерческой деятельности редакции.
9. Особенности публикации социальной рекламы в изданиях.
10. Структурные компоненты службы маркетинга.
11. Цели и методы маркетингового наблюдения за медиаизданием.
12. Способы позиционирования федеральных и региональных медиа.
13. Конъюнктура на рынке рекламной информации.
14. Региональный информационный рынок: аудиторный аспект.

Требования к структуре и содержанию реферата:

- 1) титульный лист;

- 2) введение с указанием цели реферата;
- 3) текстовое изложение материала с необходимыми ссылками на источники, использованные автором;
- 4) заключение с самостоятельными выводами по теме реферата;
- 5) список использованной литературы, оформленный по ГОСТу;
- 6) объем реферата – до 10 страниц, 14 шрифт, полуторный интервал, Times New Roman, выравнивание по ширине.

Критерии оценки реферата

Критерии	Показатели
Актуальность проблемы и ее понимание автором	- актуальность проблемы и темы; - наличие авторской позиции, самостоятельность суждений
Степень раскрытия сущности проблемы	- соответствие плана теме реферата; - соответствие содержания теме и плану реферата; - полнота и глубина раскрытия основных понятий проблемы; - умение работать с литературой, систематизировать и структурировать материал; - умение обобщать, сопоставлять различные точки зрения по рассматриваемому вопросу; - аргументировать основные положения и выводы
Обоснованность выбора источников	- круг, полнота использования источников по проблеме
Соблюдение требований к оформлению реферата	- насколько верно оформлены ссылки на используемую литературу, список литературы; - оценка грамотности и культуры изложения (в том числе орфографической, пунктуационной, стилистической культуры), владение терминологией; - соблюдение требований к оформлению и объему реферата

Шкала оценивания реферата (в баллах):

15 – 10 баллов выставляется обучающемуся, если тема реферата полностью раскрыта, материал изложен логично и имеет самостоятельный характер, сделаны выводы и обобщения, отсутствуют фактические ошибки, список источников подобран правильно;

9 – 6 балла выставляется обучающемуся, если достаточно полно и убедительно раскрывается тема с незначительными отклонениями от нее, логическое и последовательное изложение текста работы, обнаруживаются хорошие знания литературного материала, и других источников по теме реферата, умение делать выводы и обобщения, логическое и последовательное изложение текста работы, имеются единичные фактические неточности;

5 – 3 балла выставляется обучающемуся, если тема реферата в основном или частично раскрыта, дан верный, но односторонний или недостаточно полный ответ на тему, материал изложен непоследовательно, допущены отдельные ошибки в

изложении фактического материала, обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения, список источников подобран правильно;

2 – 0 балл выставляется обучающемуся, если тема реферата не раскрыта, материал изложен непоследовательно и состоит из путаного пересказа отдельных событий, без вывода и обобщений, наличие грубых речевых ошибок, список источников является неполным либо работа не представлена.

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Данный вид работы не предусмотрен.

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Примерные вопросы к тесту:

1. С усилением информационных потребностей определенных общественных групп спрос на продукцию СМИ:

1) возрастает;

2) снижается.

2. Основными составляющими ресурсного рынка медиа являются:

1) технический рынок;

2) рынок материалов;

3) финансовый рынок;

4) рынок рабочей силы (труда);

5) издательский рынок;

6) только первые два варианта.

3 Там, где редакция имеет свое издательство с типографией, обычно возникает

1) издательский дом;

2) издательско-производственное объединение;

3) концерн.

4. Объединение нескольких редакций, выпускающих печатные периодические издания, представляет собой

1) издательский дом;

2) издательско-производственное объединение;

3) концерн.

5. Сложная форма объединения банков, промышленных предприятий, торговых, коммерческих фирм, печатных и аудиовизуальных периодических изданий, производств, обеспечивающих их материалами, научно-исследовательских организаций и других структур – это

1) издательский дом;

2) издательско-производственное объединение;

3) концерн.

6. Совокупность вкладов в денежном выражении учредителей редакции в ее имущество – это

1) основной фонд;

2) уставный фонд;

3) оборотный фонд.

7. Нерегулярная или одноразовая поддержка издания какой-либо крупной

финансовой или коммерческой структурой представляет собой

- 1) инвестирование;
- 2) дотирование;
- 3) спонсирование.

8. Что входит в состав итогового финансового документа, отражающего деятельность редакции СМИ за отчетный период?

- 1) бухгалтерский баланс и отчет о прибылях и убытках;
- 2) только бухгалтерский баланс;
- 3) только отчет о прибылях и убытках.

9. Имеет ли право редакция изменять цену подписного номера газеты в течение периода, на который была объявлена подписка?

- 1) да;
- 2) нет.

10. Чтобы получить доход от реализации номера, редакция прибавляет к его себестоимости определенную надбавку. Полученная таким образом сумма составляет

- 1) оптимальную цену;
- 2) отпускную цену номера;
- 3) цену согласия.

Критерии оценки теста

Критерии	Показатели
Степень раскрытия поставленных вопросов и заданий	- правильность ответов; - владение материалом и умение выбрать из него то, что требует ответ на вопрос.

Шкала оценивания :

- 10 заданий – 1 балл за каждый правильный ответ.
Максимальное количество баллов – 10.
8-10 баллов – «5».
6-7 баллов – «4».
4-5 баллов – «3».
Меньше 4-х баллов – «2».

7.1.6. Требования к подготовке проекта

Требования к структуре и содержанию проекта

Разработать и подготовить к защите групповой проект с презентацией о деятельности одного из медиаизданий. Основное внимание уделяется формированию конкретных умений, навыков, что и определяет содержание практической деятельности студентов. Студентам необходимо изучить прайс-лист газеты или журнала и ответить на следующие вопросы:

1. Какие виды рекламных услуг предлагает издание?
2. Какой подход был использован при построении модульной сетки: «колоночный» или «половинный»?

3. Использует ли издание рубричную рекламу? Если использует, то какой принцип рубрикации положен в ее основание?

4. Используя формулу «СРТ», произведите расчет стоимости рекламы в издании.

5. Предусмотрены ли различия в системе расценок на рекламу для различных категорий рекламодателей? Какие?

6. Какие скидки (финансовые, объемные, специальные) предоставляет своим рекламодателям издание? Какие конкретно?

7. Какие виды надбавок предусматриваются?

С помощью метода «мозговой атаки» выработайте предложения и рекомендации по улучшению прайс-листа.

Критерии оценки разбора проектов

Критерии	Показатели
Оформление проекта	- соблюдение требований к оформлению проекта; - грамотность: отсутствие орфографических и синтаксических ошибок, стилистических погрешностей; - владение техническими средствами визуальной коммуникации и дизайна.
Степень раскрытия поставленных вопросов и заданий	- структура решения; - краткость и четкость ответа; - правильность ответа; - владение материалом и умение выбрать из него то, что требует ответ на вопрос; - уместные визуальные решения.

Шкала оценивания проекта (в баллах):

– 20-15 баллов выставляется обучающемуся, если выполнены все требования к содержанию и структуре проекта: тема раскрыта полностью, сформулированы цель и задачи проекта, определены цель и задачи проекта, мероприятие (мероприятия) в рамках реализации проекта, сделаны обоснованные выводы, выдержан объем, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы;

– 14-9 баллов выставляется обучающемуся, если основные требования к содержанию и структуре проекта выполнены, но при этом имеются недочеты. В частности, имеются неточности в изложении материала, отсутствует логическая последовательность в суждениях, не выдержано соответствие цели проекта предлагаемым мероприятиям в рамках проекта, имеются упущения в оформлении, на дополнительные вопросы даны неполные ответы;

– 8-3 балла выставляется обучающемуся, если имеются существенные отступления от требований к содержанию и структуре проекта: проблема освещена лишь частично, допущены фактические ошибки в содержании или при ответе на дополнительные вопросы (или не смог ответить на дополнительные вопросы), отсутствует вывод.

– 2-0 баллов выставляется обучающемуся, если он не смог раскрыть содержание проекта, разработать мероприятие (комплекс мероприятий) для его реализации, обнаруживается существенное непонимание проблемы, не ответил на дополнительные вопросы либо проект не представлен.

7.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

7.2.1. Шкала оценивания уровня знаний

В Институте используется балльно-рейтинговая система оценивания уровня знаний обучающихся (далее – БРС). При БРС оценивание уровня знаний обучающихся осуществляется по 100-балльной и 5-балльной шкалах.

Перевод 100-балльной системы оценивания уровня знаний обучающихся в 5-балльную систему оценивания проводится по следующим соответствиям:

- 0 - 50 баллов = «неудовлетворительно», «не зачтено»
- 51 - 70 баллов = «удовлетворительно», «зачтено»
- 71 - 85 баллов = «хорошо», «зачтено»
- 86 -100 баллов = «отлично», «зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, набравшие не менее 51 балла в ходе проведения текущего контроля успеваемости. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем и представленной в настоящей рабочей программе дисциплины в разделе самостоятельная работа.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

Результаты обучения оцениваются: «зачтено» / «не зачтено».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Журналистика как вид производственной деятельности.
2. Медиаинформация как продукт производства.
3. Рыночные отношения между производителями и потребителями медиаинформации.
4. Закономерности формирования и развития информационного рынка.
5. Состав и структура информационного рынка.
6. Экономические предпосылки основания периодического издания.
7. Проблемы собственности в медиабизнесе.
8. Организационно-правовые формы юридического лица редакции СМИ.
9. Конкуренция на информационном рынке России.
10. Процесс концентрации средств массовой информации.
11. Уставный фонд редакции: основной фонд и оборотный фонд (оборотные средства).
12. Источники финансирования редакции.

13. Бюджетный дефицит и балансовая прибыль.
14. Направления ценовой политики редакции.
15. Редакционный бюджет. Доходная сторона бюджета редакции.
16. Общередакционные и издательские расходы.
17. Бюджет редакции печатного периодического издания, телевизионного и радиоканала, Интернет-СМИ, информационного агентства.
18. Планирование информационно-вещательной деятельности.
19. Специфика медиапотребления. Исследования потребительской активности.
20. Исследование рынка покупателей (потребителей) информации.
21. Методы изучения рынка периодических изданий.
22. Стратегии редакций СМИ по работе с целевыми аудиториями.
23. Технология таргетинга.
24. Цели и задачи медиамаркетинга.
25. Изучение рынка периодических изданий.
26. Сегментация рынка. Выбор и изучение рыночного сегмента.
27. Позиционирование средства массовой информации.
28. Промоушн. Процесс продвижения издания на рынок.
29. Планирование маркетинговой деятельности на информационном рынке. Методы маркетинга.
30. Экономические принципы редакционной деятельности.
31. Сущность понятия «редакционный менеджмент».
32. Цели и задачи редакционного менеджмента.
33. Служба редакционного менеджмента.
34. Требования к редакционному менеджеру.

7.2.3. Примерное задание к зачету:

Представьте в виде ранжированного списка факторы, от которых зависит формирование положительного имиджа средства массовой информации. Обозначьте комплекс мероприятий, способствующих формированию бренда медиаиздания.

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»		«зачтено»	
	0 - 50 баллов	51 - 70 баллов	71 - 85 баллов	86 -100 баллов

Сформированность знаний (знать)	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
Сформированность умений (уметь)	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продемонстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
Сформированность навыков (владеть)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продемонстрирован минимальный набор навыков. Решены стандартные задачи с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки. Решены стандартные задачи, но некоторые с недочетами.	Продемонстрировано всестороннее владение навыками. Задачи, в том числе нестандартные, решены без ошибок и недочетов.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа поточная аудитория на 100 посадочных мест укомплектовано: специализированной мебелью посадочные места, столы, доска, компьютер, интерактивная доска,

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен следующим необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Microsoft Windows 10,
2. Microsoft Office 2016 стандартная,
3. Big Blue Button.

Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
Экономика и менеджмент медиа

Курс - 2, семестр - 3
Уровень образования магистратура
Направление 42.04.05 «Медиакоммуникации»

Направленность (профиль) Медиакоммуникации в профессиональной сфере
Трудоемкость дисциплины (з.е.) 3
Форма промежуточной аттестации зачет

Смежные дисциплины по учебному плану:						
ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ (проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Проверка знаний по дисциплине «Медиакоммуникации и тенденции развития медиаиндустрии», модулям «Современные коммуникативные теории массмедиа», «Продвигающие коммуникации».	Блиц-опрос	0	10			
Итого: 10						
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ (проверка знаний и умений по дисциплине)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Тема 1 «Экономическая природа СМИ».	Доклад	0	15			

Тема 2 «Специфика производства массово-информационной продукции».	Тестирование	0	10			
Тема 3 «Маркетинговые технологии продвижения медиаресурсов».	Реферат	0	15			
Тема 4 «Особенности медиаменеджмента».	Проект	0	20			
Промежуточная аттестация	Зачет	0	15			
Итого: 75						

ДОПОЛНИТЕЛЬНЫЙ МОДУЛЬ						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Участие в конкурсах проектов, конференциях по тематике проекта	Отчет, сертификат	0	15			
Итого: 15						

Необходимый минимум для допуска к промежуточной аттестации — 51 балл.