

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 05.02.2026 15:35:38  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

### **Б1.В.01 Управление конкурентоспособностью в медиасреде** (индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

*По направлению подготовки*

### **42.04.02 ЖУРНАЛИСТИКА**

*(код, наименование направления подготовки/специальности)*

### **Бизнес-моделирование современных СМИ**

*направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

### **очная форма обучения**

*форма(ы) обучения*

Года набора 2025

Санкт-Петербург

**Автор–составитель:**

Ваганова Ирина Вениаминовна, канд.филолог. наук, доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

Рабочая программа дисциплины

РПД Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий

Протокол №8 от 25 августа 2025 г.

## **СОДЕРЖАНИЕ**

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.

## 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

ОТФ/ТФ реквизиты ПС(при наличии)**	Код компетенции	Наименование компетенции**	Код индикатора достижения компетенции**	Наименование индикатора достижения компетенций**	Образовательный результат**
	УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий	УК-1.1	Разрабатывает стратегию действий	УК-1.1 З-1 <b>Знает</b> как разрабатывать стратегию действий УК-1.1 У-1 <b>Умеет</b> определять стратегические цели
	УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1	Осуществлять общее управление проектами	УК-2.1. З-1. <b>Знает</b> основные принципы и цели проектного управления УК-2.1. З-2 <b>Знает</b> как осуществлять общее управление проектами УК-2.1. У-1. <b>Умеет</b> использовать приемы управления проектами УК-2.1. У-2 <b>Умеет</b> осуществлять общее управление проектами
F/01.7 Аналитическое обеспечение разработки стратегии изменений организаций  08.037 Бизнес-аналитик. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 22 ноября	ПК-4	Способен оценивать текущие и будущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1	Способен оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений	ПК-4.1 З-1 <b>Знает</b> как оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений  ПК-4.1 У-1 <b>Умеет</b> оценивать текущие бизнес-возможности организации для проведения оперативных и стратегических организационных изменений

2023 г. № 821н					
A/03.7 Предметная реализация требований к художественно-техническому оформлению СМИ  11.008 Специалист по производству продукции печатных средств массовой информации. Приказ Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. № 533н	ПК-6	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	ПК-6.1	Способен анализировать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации	ПК-6.1 З-1 <b>Знает как</b> учитывать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации  ПК-6.1 У-1 <b>Умеет</b> учитывать внутренние (внешние) факторы и условия, влияющие на деятельность организации

\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

\*\*Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часа., Контактная работа – 28 а.ч., консультации – 2 а.ч.

Лекции – 12 а.ч.

Практические занятия - 16 акад.ч.

Самостоятельная работа – 78 акад.ч.

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Дисциплина Б1.В.01 Управление конкурентоспособностью в медиасреде относится к вариативным дисциплинам по направлению подготовки магистрантов 42.04.02 «Журналистика» и изучается во 2 семестре

Освоение компетенции готовит обучающегося к решению проектного, технологического и маркетингового типов задач в будущей профессиональной деятельности журналиста.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами, определяющими вектор дальнейшего профессионального развития.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

*Очная форма обучения*

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Формат текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	KCP	KЭ	Катт эк	K o n t r o l y	СРкр	СРЭк	СР	
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Конкурентоспособность как объект управления	28	4			4							20	устный опрос, доклад	
Тема 2	Конкурентные преимущества предприятия в медиасреде	26	2			4							20	устный опрос, доклад, практико-ориентированное задание	

Тема 3	Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде. Управление конкурентами	<b>26</b>	<b>2</b>			<b>4</b>							<b>20</b>	устный опрос, доклад, практико-ориентированное задание
Тема 4	Эффективность конкурентной борьбы в медиасреде.Иновации и использование технологий	<b>26</b>	<b>4</b>			<b>4</b>							<b>18</b>	устный опрос,доклад практико-ориентированное задание
Контроль		<b>36</b>					<b>36</b>							
Промежуточная аттестация		<b>2*</b>												Экзамен
<b>Итого</b>		<b>144</b>	12			<b>16</b>							<b>78</b>	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

КаттЭК – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

\*Консультация входит в общий объем контактных часов дисциплины

### **3.2. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Конкурентоспособность как объект управления**

##### **УК-1.1**

Конкурентоспособность субъекта конкуренции и ее основные признаки. Основные составляющие конкурентной среды. Основные типы конкурентных стратегий. Анализ деятельности конкурентов. Сущность и соотношение понятий «рыночные факторы успеха», «ключевые компетенции», «конкурентные преимущества». Свойства конкурентных преимуществ предприятия.

#### **Тема 2. Конкурентные преимущества предприятия в медиасреде.**

##### **УК-2.1**

Сущность и соотношение понятий «рыночные факторы успеха», «ключевые компетенции», «конкурентные преимущества». Свойства конкурентных преимуществ предприятия. Сфера формирования и реализации конкурентных преимуществ предприятия. Виды и источники формирования конкурентных преимуществ предприятия. Создание уникальных продуктов или контента, который выгодно отличает компанию от конкурента. Эксклюзивные передачи, оригинальный контент или инновационные форматы. Фокусирование (нишевые стратегии). Ориентация на узкие сегменты аудитории или конкретные виды контента.

#### **Тема 3. Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде. Управление конкурентами**

##### **ПК-4.1**

Система конкурентных стратегий предприятия. Стратегии приобретения конкурентного преимущества (общие стратегии конкуренции) предприятия. Стратегии конкурентного поведения предприятия. Особенности конкурентных стратегий в медиасреде. Быстрая адаптация к изменениям трендов, технологий и предпочтений аудитории. Использование цифровых платформ и социальных медиа для расширения охвата. Важность брендинга и репутации в условиях высокой конкуренции.

#### **Тема 4. Эффективность конкурентной борьбы в медиасреде. Инновации и использование технологий**

##### **ПК-6.1**

Оценка внутреннего потенциала организации. Анализ конкурентоспособности и косвенных факторов внешней среды: политических, экономических, социально-демографических, технологических, экологических, правовых. Построение матрицы SWOT-анализа. Колесо возможностей и таблица соответствия. Основные стратегии. Компенсаторы и усилители. Увеличение ресурсной базы. Активизация участия в различных инвестиционных проектах. Увеличение численности сотрудников, его "географическое" расширение (появление филиалов, доп. офисов, отделений). Увеличение стоимости бренда.

#### **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

- устный опрос
- доклад
- практико-ориентированные задания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляют фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочтите текст, выберите правильный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствие	Прочтайте текст и установите соответствие	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</p> <p>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</p> <p>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</p>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочтайте текст, выберите правильные ответы	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочтайте текст и установите последовательность	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		<p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочтите текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочтайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в соответствии Положением о текущем контроле и промежуточной аттестации (2025 г.)

Итоговая оценка	
Традиционная система	Бинарная система
Отлично	
Хорошо	Зачтено
Удовлетворительно	
Неудовлетворительно	Не зачтено

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.01 «Управление конкурентоспособностью в медиасреде» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам): устный опрос, доклад, практико-ориентированное задание. На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательско-оценочный метод, разбор конкретных ситуаций.

### Тема1. Конкурентоспособность как объект управления. УК-1.1

#### *Вопросы для устного опроса*

1. Сущность понятий «конкуренция» и «конкурентоспособность»
2. Какие основные показатели позволяют оценить конкурентоспособность организации?
3. Какие стратегические инструменты используются для повышения конкурентоспособности компаний?
4. Как внутренние и внешние факторы влияют на конкурентоспособность предприятия?

5. Какие методы и модели управления позволяют поддерживать и развивать конкурентоспособность в условиях рыночной неопределенности?

***Примерные темы докладов:***

- 1.Основные концепции и методики оценки конкурентоспособности организаций.
- 2.Стратегии повышения конкурентоспособности в условиях глобализации.
3. Влияние инноваций и технологий на конкурентоспособность предприятий.
- 4.Роль корпоративной культуры и управления человеческими ресурсами в обеспечении конкурентных преимуществ.

***Тема 2. Конкурентные преимущества предприятия в медиасреде.***

***УК-2.1***

***Вопросы для устного опроса***

- 1.Какие основные факторы формируют конкурентные преимущества предприятий в современном медиасредстве?
2. Как использование цифровых технологий и социальных медиа способствует повышению конкурентных преимуществ?
3. Какие стратегии позволяют предприятиям выделиться и закрепиться на рынке медиасредства?
4. Как измерить эффективность реализуемых в медиасреде конкурентных стратегий?

***Примерные темы для докладов***

1. Стратегии развития конкурентных преимуществ в цифровой медиасреде.
2. Влияние контент-маркетинга на укрепление позиций предприятия в медиаиндустрии.
3. Инновационные подходы к управлению брендом и коммуникациям в медиасреде.
- 4.Современные теории достижения конкурентных преимуществ

***Практико-ориентированные задания***

***Практическое задание 1. Анализ кейсов успешных предприятий с конкурентными преимуществами в медиасреде.***

Выберите два реальных медиапредприятия: российское и зарубежное. Проанализируйте их деятельность с точки зрения конкурентоспособности, оцените результативность, эффективность и предложите рекомендации по повышению конкурентоспособности.

*Практическое задание 2. Проанализируйте деятельность трёх конкурентов в выбранной медиаиниции, определить их стратегические преимущества и слабые стороны. Разработайте реальный план повышения конкурентоспособности этих медиапредприятий*

### **Тема 3. Конкурентные стратегии предприятия в медиасреде. Управление конкурентами. ПК-4.1**

#### ***Вопросы для устного опроса***

1. Какие основные типы конкурентных стратегий применимы в медиасреде и чем они отличаются?
2. Как анализ конкурентов помогает формировать эффективные стратегии в медиаиндустрии?
3. Какие инструменты и методы используются для управления конкурентами в условиях быстро меняющейся медиасреды?
4. Как адаптировать стратегию предприятия в медиасреде к действиям конкурентов и новым тенденциям рынка?

#### ***Темы для докладов:***

1. Обзор конкурентных стратегий в медиасреде: дифференциация, ценовая борьба, нишевое позиционирование.
2. Методы конкурентного анализа и их роль в разработке медиастратегий.
3. Управление конкурентами: подходы к мониторингу, предвидению и реагированию на их действия.

4. Адаптация стратегий предприятия в условиях высокой динамики медиаиндустрии и конкурентной борьбы.

***Практико-ориентированные задания:***

1. Разработать стратегический план по управлению конкурентами для гипотетического медиа-проекта, учитывая текущие тенденции рынка.
2. Провести SWOT-анализ собственной компании с точки зрения конкуренции в медиасреде и предложить меры по усилению конкурентных преимуществ.

**Тема 4. Эффективность конкурентной борьбы в медиасреде.  
Иновации и использование технологий. ПК-6.1**

Оценка внутреннего потенциала организации. Анализ конкурентоспособности и косвенных факторов внешней среды: политических, экономических, социально-демографических, технологических, экологических, правовых. Построение матрицы SWOT-анализа. Колесо возможностей и таблица соответствия. Основные стратегии. Компенсаторы и усилители. Увеличение ресурсной базы. Активизация участия в различных инвестиционных проектах. Увеличение численности сотрудников, его "географическое" расширение (появление филиалов, доп. офисов, отделений). Увеличение стоимости брэнда.

***Вопросы для устного опроса***

1. Какие основные стратегии используют медиаорганизации для увеличения своей конкурентоспособности в условиях быстро меняющейся медиасреды?
2. Как инновационные технологии, такие как искусственный интеллект и большие данные, влияют на конкурентоспособность медиа-компаний?
3. Какие факторы определяют успех медиакомпании в борьбе за аудиторию в цифровую эпоху?
4. Как можно измерить эффективность конкурентной борьбы в медиасреде с учетом внедрения новых технологий и инноваций?

***Темы для доклада***

1. Роль инноваций и технологий в формировании современной медиасреды – обзор ключевых технологических трендов и их влияние на конкуренцию.
2. Стратегии повышения конкурентоспособности медиаорганизаций через цифровые инновации – кейсы и практические примеры.
3. Влияние социальных медиа и пользовательского контента на конкурентную борьбу в медиасреде – новые возможности и вызовы.
4. Этические и правовые аспекты использования новых технологий в медиа для повышения их эффективности – вопросы приватности, авторских прав и регуляции.

#### ***Практико-ориентированные задания***

1. Анализ конкурентов: выберете две медиа-компании, проанализировать их использование технологий и инноваций для повышения конкурентоспособности. Подготовьте сравнительный отчет с рекомендациями по улучшению--надо учесть, какие именно технологии они используют, как привлекают аудиторию, каким образом измеряют эффективность.
2. Разработайте инновационную стратегию: разработайте концепцию внедрения новой технологической инициативы для медиаорганизации (например, создание интерактивных платформ с использованием AR/VR, или применение анализа больших данных для персонализации контента). Представьте план реализации и ожидаемые результаты.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся приведены в п.6.2.

5.3. Критерии и шкала оценивания текущего контроля успеваемости обучающихся

#### 1. Критерии оценивания устного опроса

Критерий	Описание критерия
Знание материала	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий;
Обоснованность ответа	Обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, приводит аргументы
Освоение литературы	Может привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.

Аналитичность и оригинальность	Приводит оценочные суждения, проявляет нестандартный подход, старается найти варианты разных подходов
--------------------------------	---

## 2. Критерии оценивания доклада:

Критерий	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Грамотность изложения	Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации
Стилистика	Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность
Логика изложения	Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы
Оригинальность	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора

## 3. Критерии оценивания практико-ориентированного задания

Критерий	Описание критерия
Оперативность	Задние выполнена за установленное время или даже раньше
Точность	Обучающимся выполнено все без ошибок и в полном объеме
Аккуратность	Выполнение задания оформлено аккуратно, с необходимыми пояснениями, без помарок, лишнего текста и вставок

## 6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация – экзамен, проводится в устной форме. Экзамен проходит в форме устного собеседования по вопросам билета.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование в СДО.

### 6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

#### *Перечень вопросов для подготовки к экзамену*

1. Конкурентоспособность субъекта конкуренции и ее основные признаки
2. Основные составляющие конкурентной среды
3. Анализ деятельности конкурентов
4. Сущность и соотношение понятий «рыночные факторы успеха», «ключевые компетенции», «конкурентные преимущества»
5. Свойства конкурентных преимуществ
6. Сфера формирования и реализации конкурентных преимуществ предприятия
7. Виды и источники формирования конкурентных преимуществ

предприятия

8. Система конкурентных стратегий предприятия
9. Стратегии приобретения конкурентного преимущества (общие стратегии конкуренции) предприятия
10. Стратегии конкурентного поведения предприятия
11. Факторы, определяющие уровень конкурентоспособности предприятия
12. Методы оценки уровня конкурентоспособности предприятия
13. Системно-процессный подход к управлению конкурентоспособностью предприятия
14. Основные методы повышения конкурентоспособности продукции
15. Что такое конкурентоспособность в медиасреде и как она измеряется.
16. Основные факторы влияния на конкурентоспособность медиаорганизации
17. Роль инноваций и технологий в повышении конкурентоспособности медиа.
18. Методы анализа конкурентов в медийной индустрии?
19. Индекс конкурентоспособности медиа и как он рассчитывается.
20. Изменение потребительских предпочтений и их влияние на конкурентоспособность медиа-компаний
21. Отличие традиционных стратегий конкуренции от цифровых стратегий.
22. Актуальные инновационные технологии для медиаорганизаций в современном мире
23. Риски, связанные с внедрением новых технологий в медиаотрасли.
24. Концепцию портфельного анализа в управлении конкурентоспособностью медиа.
25. Социальные медиа и пользовательский контент и их влияние на конкурентные позиции медиаорганизаций
26. Правовые и этические вопросы при использовании новых технологий в медиа
27. Стратегии медиа для увеличения своей аудитории в условиях высокой конкуренции
28. Роль брендинга и репутации в управлении конкурентоспособностью медиа
29. Использование больших данных для анализа и повышения конкурентоспособности медиа-компаний
30. Ключевые показатели эффективности для оценки успеха стратегии повышения конкурентоспособности в медиасреде

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

ТИП ЗАДАНИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа</p>	<p>Что из ниже перечисленного является ключевым фактором повышения конкурентоспособности медиакомпании?</p> <p>A) Увеличение рекламных расходов без изменения стратегии</p> <p>B) Инновационные технологии и персонализация контента</p> <p>C) Снижение качества продукции для экономии</p> <p>D) Ограничение доступа к платформам для повышения эксклюзивности</p>
Задание закрытого типа на установление соответствия	Соотнесите стратегии с их описанием:	<p>Диверсификация контента Использование больших данных Инвестиции в качественный оригинальный контент Многоканальная распространительная стратегия</p> <p>a) Расширение аудитории за счет различных платформ и форматов</p> <p>b) Анализ предпочтений аудитории для адаптации контента</p> <p>c) Производство уникальных, запоминающихся программ и проектов</p> <p>d) Распределение контента через интернет, ТВ, соцсети и т.п.</p>
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа</p>	<p>Какие из перечисленных факторов способствуют повышению конкурентоспособности медиа в цифровой среде? (выберите все подходящие)</p> <p>A) Использование аналитики больших данных</p> <p>B) Однородность контента без адаптации под аудиторию</p> <p>C) Внедрение интерактивных технологий (AR, VR)</p> <p>D) Игнорирование обратной связи пользователей</p>

Задание закрытого типа на установление последовательности	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности</p>	<p>Поставьте в правильном порядке этапы внедрения нового технологического решения в медиакомпании:</p> <p>A) Обучение персонала B) Тестирование и пилотный запуск C) Анализ потребностей аудитории и планирование проекта D) Массовое внедрение и запуск продукта</p>
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p> <p>5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).</p>	<p>Какой из следующего подходов наиболее эффективно помогает удержать аудиторию в современных условиях?</p> <p>A) Увеличение рекламного бюджета без изменения контента B) Персонализация контента на основе анализа данных C) Повышение стоимости подписки без улучшения сервиса D) Ограничение доступа к платформам для избранных</p> <p>Обоснование: персонализация позволяет лучше удовлетворить интересы аудитории, повысить вовлеченность и увеличить лояльность</p>
Задание открытого типа с развернутым ответом	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>1. Расскажите о внедрении технологий больших данных и AR/VR, которые позволяют создавать интерактивный контент, увеличивая вовлеченность аудитории.</p> <p>2. Расскажите, как газета NewYorkTimes внедряет VR-репортажи и почему это ей помогает конкурировать с новыми медиа.</p>

### 6.3. Критерии и шкала оценивания

### **ОТЛИЧНО**

Обучающийся показывает высокий уровень компетентности, знания программного материала, учебной литературы, раскрывает и анализирует проблему с точки зрения различных авторов. Обучающийся показывает не только высокий уровень теоретических знаний, но и видит междисциплинарные связи. Профессионально, грамотно, последовательно, хорошим языком четко излагает материал, аргументировано формулирует выводы. Знает в рамках требований к направлению и профилю подготовки нормативную и практическую базу. На вопросы отвечает кратко, аргументировано, уверенно, по существу. Способен принимать быстрые и нестандартные решения.

### **ХОРОШО**

Обучающийся показывает достаточный уровень компетентности, знания материалов занятий, учебной и методической литературы, нормативов и практики его применения. Уверенно и профессионально, грамотным языком, ясно, четко и понятно излагает состояние и суть вопроса. Знает теоретическую и практическую базу, но при ответе допускает несущественные погрешности. Обучающийся показывает достаточный уровень профессиональных знаний, свободно оперирует понятиями, методами оценки принятия решений, имеет представление: о междисциплинарных связях, увязывает знания, полученные при изучении различных дисциплин, умеет анализировать практические ситуации, но допускает некоторые погрешности. Ответ построен логично, материал излагается хорошим языком, привлекается информативный и иллюстрированный материал, но при ответе допускает незначительные ошибки, неточности по названным критериям, которые не искажают сути ответа;

### **УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**

Обучающийся показывает слабое знание материалов занятий, отсутствует должная связь между анализом, аргументацией и выводами. На поставленные вопросы отвечает неуверенно, допускает погрешности. Обучающийся владеет практическими навыками, привлекает иллюстративный материал, но чувствует себя неуверенно при анализе междисциплинарных связей. В ответе не всегда присутствует логика, аргументы привлекаются недостаточно веские. На поставленные вопросы затрудняется с ответами, показывает недостаточно глубокие знания.

### **НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО**

Обучающийся показывает слабые знания материалов занятий, учебной литературы, теории и практики применения изучаемого вопроса, низкий уровень компетентности, неуверенное изложение вопроса. Обучающийся показывает слабый уровень профессиональных знаний, затрудняется при анализе практических ситуаций. Не может привести примеры из реальной практики. Неуверенно и логически непоследовательно излагает материал. Неправильно отвечает на вопросы или затрудняется с ответом.

## **7. Методические материалы по освоению дисциплины**

**Устный опрос.** Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как

правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Доклад. Представляет собой развернутое сообщение, которое раскрывает важную научную или общественно-политическую проблему, на определенную тему. На основе индивидуальных предпочтений обучающемуся необходимо самостоятельно выбрать тему доклада и, по возможности, подготовить по нему презентацию. Выступление обязательно должно быть короткими (не более 5 минут), содержать конкретную, фактическую информацию, иметь наглядные примеры и исчерпывающе раскрывать одну небольшую тему.

Структура доклада включает три части: вступление, основную часть и заключение. Во вступлении указывается тема доклада, устанавливается логическая связь ее с другими темами или место рассматриваемой проблемы среди других проблем,дается краткий обзор источников, на материале которых раскрывается тема и т. п. Основная часть должна иметь четкое логическое построение, в ней должна быть раскрыта тема доклада. В заключении обычно подводятся итоги, формулируются выводы, подчеркивается значение рассмотренной проблемы.

#### Практико-ориентированное задание

Выполнение задания обучающийся должен начать с ознакомления с планом задания, который отражает содержание предложенной темы задания. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованную к данной теме. Задание необходимо выполнить с учетом предложенной методики выполнения (инструкции). Результат работы должен проявиться в способности защитить результат задания, свободно отвечая на вопросы в ходе коллективного обсуждения на занятии.

Форма контроля – личная защита презентации (программа PowerPoint). Содержание слайдов включает текст, изображения, в том числе PrintScreen, фото, диаграммы, таблицы и др.

#### Работа с литературными источниками.

В процессе подготовки к практическим занятиям, магистрантам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной учебно-методической (а также научной и популярной) литературы. Самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной и популярной литературой, материалами периодических изданий и Интернета, статистическими данными является наиболее эффективным методом получения знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у обучающихся свое отношение к конкретной проблеме. Более глубокому раскрытию вопросов способствует знакомство с дополнительной литературой, рекомендованной преподавателем, что позволяет обучающимся проявить свою индивидуальность в рамках выступления на занятиях, выявить широкий спектр мнений по изучаемой проблеме.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### ***8.1. Основная литература***

1. 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/566389>
2. Соловьева, Ю. Н. Конкурентные преимущества и бенчмаркинг: учебное пособие для вузов / Ю. Н. Соловьева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 139 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11498-0. Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/560653>

### ***8.2. Дополнительная литература***

1. Заздравных, А. В. Экономика отраслевых рынков: учебник и практикум для вузов / А. В. Заздравных, Е. Ю. Бойцова. — 2-е изд. — Москва: Издательство Юрайт, 2023. — 359 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-15225-8. Информационные системы и технологии в экономике и управлении: учебник для бакалавров / Под ред. В.В. Трофимова. —4-е изд., перераб. и доп. — М.: Юрайт, 2013. — 542 с.
2. Мазилкина Е.И. Управление конкурентоспособностью: учебное пособие / Мазилкина Е.И., Паничкина Г.Г. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 397 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/79818.html>.
3. Царев В.В. Оценка конкурентоспособности предприятий (организаций). Теория и методология: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / Царев В.В., Кантарович А.А., Черныш В.В. — Москва: ЮНИТИДАНА, 2017. — 799 с. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81526.html>.

### ***8.3. Нормативно правовые документы***

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются.

### ***8.4. Интернет-ресурсы***

1. Высшая школа маркетинга и развития бизнеса [Электронный ресурс]: офиц. сайт.— Режим доступа <http://marketing.hse.ru/>
2. Рекламные идеи: журнал о творческом брендинге [Электронный ресурс]: офиц. сайт.— Режим доступа: <http://www.advi.ru/>
3. Социальная сеть профессиональных контактов НП «Гильдия маркетологов» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.marketologi.ru>.
4. Электронная библиотека издательского дома «Гребенников» [Электронный ресурс]. Режим доступа:<http://grebennikon.ru>.
5. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс]: офиц. сайт.— Режим доступа: <http://marketing.hse.ru/>

### ***8.5. Иные источники***

При изучении дисциплины иные источники не используются.

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения MicrosoftExcel, MicrosoftWord, MicrosoftPowerPoint для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Аудитории и компьютерные классы
3.	Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.
4.	«МТС Линк» — российская платформа для онлайн-коммуникаций и совместной работы команд