

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 19.05.2026 13:48:41
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ,
реализуемой без применения электронного (онлайн) курса**

Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ»
(код и наименование РПД)

42.03.02 «Журналистика»
(код и наименование направления подготовки)

очная
(форма обучения)

Год набора – 2026

Санкт-Петербург

Автор–составитель:

профессор кафедры социальных технологий д. э. н. Прихач Александр Юрьевич

Заведующий кафедрой

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций, профессор Ким М.Н.

РПД «Экономика и менеджмент в СМИ» в новой редакции одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций.

Протокол от № 4 от 09 апреля 2026 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
- 10.
- 11.

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

12.

1.1. Дисциплина Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» обеспечивает формирование у обучающихся следующих профессиональных компетенций:

13.

1. Основание (ФГОС ВО/ОС ВО)	2. Код компетенции	3. Наименование 4. компетенции	5. Код индикатора достижения компетенций	6. Наименование индикатора достижения компетенций	7. Образовательный результат
8. ФГОС 42.03.02 Журналистика Приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 N 524 (ред. от 08.02.2021) 9. 10. ОС 42.03.	12. У 13.	14. Способен разработать проект на основе оценки ресурсов и ограничений 15.	16. УК ОС -2.3	17. Способность к определению проблемы, к постановке проектного замысла и предварительному планированию проектных задач (с соответствующими расчётами и обоснованиями)	18. УК ОС-2.3 3-1 знает теоретические основы современных информационных технологий и баз данных, социологических и статистических методов исследования. 19. УК ОС-2.3 3-2 знает риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов. 20. УК ОС-2.3 3-3 обладает знаниями: компьютерная грамотность и культура использования цифровой информации; история, место и роль информационных технологий в жизни общества и в профессиональной деятельности; различия в информационных и компьютерных технологиях;

<p>02 «Ж ур нал ист ика » 11. РА НХ иГ С от 29. 03. 202 1 № 01- 303 5в (ре д. от 01. 08. 202 3)</p>					<p>21. УК ОС-2.3 У-1 умеет осуществлять анализ состояния человеческих ресурсов и возможности предприятия на рынке труда. УК ОС-2.3 У-2 умеет определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов. 22. УК ОС-2.3 У-3 Умеет пользоваться компьютером для осуществления деловой коммуникации, подготовки документов разного рода (писем, таблиц, презентаций, баз данных); Умеет решать повседневные информационные задачи (создания текстов, презентаций, таблиц, баз данных); осуществлять информационный поиск 23. УК ОС-2.3 Н-1 обладает навыками: делегирования полномочий; производить расчеты экономических и социальных показателей эффективности решений по совершенствованию системы управления человеческими ресурсами; разрабатывать стратегии управления человеческими ресурсами организации. 24. УК ОС-2.3 Н-2 обладает навыками оценивать ресурсы и существующие риски</p>
---	--	--	--	--	---

					и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.
			25. УК ОС -2.4	26. Представляет и защищает самостоятельно разработанный проект любого типа, исходя из действующих правовых норм и с обоснованием ресурсов и ограничений при его разработке и реализации	27. УК ОС-2.4 3-1 знает риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов 28. УК ОС-2.4 У-1 умеет определять и оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов.. УК ОС-2.4 Н-1 продемонстрировать навык оценивать ресурсы и существующие риски и ограничения реализации медиапроектов и разработки медиапродуктов с качественной и количественной точек зрения, в рамках разработки проекта выбирать оптимальные способы решения задач в рамках поставленной цели, исходя из существующих ограничений.
	29. У	31. Способен использовать основы экономики	32. УК ОС -9.3	33. Делает прогнозы и применяет экономические методы относительно дальнейшего функционирования	34. УК ОС-9.3 3-1 Знает экономические методы повышения эффективности деятельности СМИ. 35. УК ОС-9.3 У-1 умеет прогнозировать и

	30.	ских знаний для принятия экономических обоснованных решений в различных сферах деятельности		вания и повышения эффективности деятельности СМИ	применять экономические методы относительно дальнейшего функционирования и повышения эффективности деятельности СМИ. 36. УК ОС-9.3 Н-1 демонстрировать навык применять экономические методы в управлении и повышении эффективности деятельности СМИ.
			37. УК ОС-9.4	38. Приводит экономическое обоснование принимаемых решений в различных сферах деятельности	39. УК ОС-9.4 З-1 знает экономические методы повышения эффективности деятельности СМИ и оценки СМИ. 40. УК ОС-9.4 У-1 умеет прогнозировать и применять экономические методы относительно оценки эффективности деятельности СМИ. 41. УК ОС-9.4 Н-1 навык применять экономические методы в управлении и оценке СМИ.

14.

15.

16.

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

17. 2.1 Общий объем дисциплины

18.

19. **Объем дисциплины**

20. Общая трудоемкость дисциплины Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» составляет 2 зачетные единицы, 72 часа.

21. Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем составляет 34 часа: лекции – 14 часов, практические занятия – 16 часов. Самостоятельная работа составляет 38 часов, контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий - 4 часа.

22.

23. **Место дисциплины в структуре ОП ВО**

24. Дисциплина Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» предусмотрена на 3 курсе, в 6 семестре и входит в обязательную часть Блока 1 «Дисциплины (модули)» ОП ВО.

25. Дисциплины Б1.О.12 Экономика (3 семестр) и Б1.О.35 История экономических учений (1 семестр) выступает основой для изучения Б1.О.13 Экономика и менеджмент в СМИ.

26. Форма промежуточной аттестации в соответствии с учебным планом – зачёт (6 семестр).
27.

28. 3. Содержание и структура дисциплины

29. 3.1. Структура дисциплины (очная форма)

30. 31. 32. № 33. п/	34. 35. 36. Наименование тем 37. (разделов),	38. Объем дисциплины (модуля), час.											39. Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации						
		41. Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							42. Самостоятельная работа										
		43. Период теоретического обучения				44. Период промежуточной аттестации (сессия)			45. За занятия	46. За занятия	47.	48. КС		49. КЭ	50. Катгэк	51. Конт роль	52. СР кр	53. Рэк	54. С
		55.	58.	61.	62. п														
63. Те	64. Журналистика и экономический фактор. Закономерности формирования	65. 1	66.	69. 2	70.	71.	72.	73.	74.	75.	76.	77. 6	78. УО*, 3**						

	меди апре дпри ятие м на рынк е																	
159.Промежуточ ная аттестация		160. 4	161.	162.	163.	164.	165.	166.	167.	168. 4	169.	170.	171.	172.	173.заче т			
174.Всего:		175. 7	176. 1	177.	178.	179. 16	180.	181.	182.	183. 4	184.	185.	186.	187. 3	188.			

189. *Используемые сокращения:*

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

191. ВЛ – видео лекции.

192. ЛР – лабораторные работы.

193. ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

194. ИК – индивидуальные консультации.

195. КСР – контроль самостоятельной работы

196. КЭ – консультации перед экзаменом

197. Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

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

199. СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

200. СР - самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям

201.* УО – устный опрос

202.**3–Задачи

203.***С– Самостоятельные работы

204.

205. 3.2 Содержание дисциплины

206.

207. Тема 1. Журналистика и экономический фактор. Закономерности формирования и развития информационного рынка УК ОС-2.3

208.

209. Понятие экономики, менеджмента, маркетинга в средствах массовой информации.

210. Журналистская информация как товар и услуга. Механизм экономики. Медиарынок, участники медиарынка. Закономерности формирования и развития медиарынка. Глобализация медиарынка, основные тенденции и направления развития.

211.

212. Тема 2. Бизнес-план и рыночная модель предприятия. Ценообразование на рынке СМИ УК ОС-2.4

213. Планирование как часть управления бизнесом. Бизнес-план редакции, его свойства и типология. Виды бизнес-планов. Значение бизнес-плана. Структура бизнес-плана. Диаграмма Ганта. Понятие затрат (расходов). Понятие цены. Проблема и методы ценообразования. Ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек). Основные подходы к ценообразованию. Точка безубыточности. Эффективность продаж. Понятие эластичности по цене. Методы стимулирования продаж. Маркетинговый и рекламный бюджеты. Влияние монопольных структур (полиграфия, почта, система распространения) на цены изданий.

214.

215. Тема 3. Управление персоналом редакции УК ОС-9.3

216. Организационная структура редакции, иерархия управления и штатное расписание. Роль главного редактора, коммерческого директора и главного бухгалтера в регулярном менеджменте. Принцип распределения доходов в рыночной экономике. Структура заработной платы работников. Формы и системы заработной платы. Понятие конфликтной ситуации в коллективе. Основные типы организационных конфликтов. Причины организационных конфликтов. Последствия, к которым ведет конфликт. Межличностные методы управления конфликтами (модель Кена Томаса и Ральфа Килманна). Структурные методы управления конфликтами (модель управления «сверху»). Работа с персоналом и регулярный менеджмент. Человеческий фактор. Кадровая стратегия редакции (найм, система вознаграждений, оценка и развитие).

217.

218. Тема 4. Виды собственности, конкуренция и регулирование в индустрии СМИ УК ОС-9.3

219. Холдинг. Организационная структура как основа системы управления. Формы структур управления. Конкуренция и регулирование концентрации СМИ. Правовое регулирование медиа в РФ. Формы собственности в индустрии СМИ. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ. Анализ рынка. Продукция СМИ как товар и изучение ее потребителей. Стратегия маркетинга в редакции.

220.

221. Тема 5. Бизнес-модель современного медиабизнеса УК ОС-9.4

222. Понятие бизнес-модели. Основные компоненты бизнес-модели в медиаиндустрии. Новые компоненты бизнес-модели в медиаиндустрии. Трансформация бизнес-модели в условиях цифрового управления. Концентрация в индустрии СМИ. Концентрация в российской индустрии СМИ. Типы концентрации в индустрии СМИ. Логистика как алгоритм организации производственного процесса. Непрерывность процесса. Построение единого алгоритма работы редакции как компании. Внутренние нормы, должностные инструкции, разделение функций. Производственные совещания (планерки) как инструмент текущего управления. Планирование рабочего дня.

223.

224. Тема 6. Управление медиапредприятием на рынке УК ОС-9.4

225. Элементы финансового управления на медиапредприятии. Финансовая структура медиакомпаний. Финансовое планирование, бюджетирование и формы отчетности. Управление себестоимостью продукции СМИ. Управление оборотным капиталом. Количественные и качественные характеристики аудитории СМИ. Измерение аудитории. Маркетинг СМИ. Маркетинговый анализ. Стратегия действий. Стратегическое планирование, оценка риска, сценарии долгосрочного развития. Элементы антикризисного управления, профилактика кризисов и стратегия выхода из них. Современные системы менеджмента (управление ценностями, постановка целей, сотрудничество и др.). Нормы профессиональной и корпоративной этики. Взаимоотношения внутри предприятия. Стиль руководства.

226.

227. 4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

228. 4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и

промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

229. 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.

230. 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.

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

232. 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.

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

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

235.

236. 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

237. ТИП ЗАДАНИЯ	238. ИНСТРУКЦИЯ	239. СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	240. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
241. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	242. Прочитайте текст, выберите правильный ответ	243. 1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 244. 2. Внимательно прочитайте предложенные вариант-ты ответа. 245. 3. Выбрать один верный ответ. 246. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	247. Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
248. Задание закрытого типа на установление соответствия	249. Прочитайте текст и установите соответствие 250.	251. 1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 252. 2. Внимательно прочитайте оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; 253. список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 254. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 255. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	256. Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
257. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных	258. Прочитайте текст, выберите правильные ответы	259. 1.Внимательно прочитайте текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 260. 2. Внимательно прочитайте предложенные варианты ответов. 261. 3. Выбрать несколько правильных	263. Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно

ответов из нескольких вариантов предложенных		ответов. 262. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	сопоставлены с позициями другого)
264. Задание закрытого типа на установление последовательности	265. Прочитайте текст и установите последовательность 266.	267. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 268. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 269. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 270. 4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	271. Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
272. Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснование выбора	273. Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	274. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 275. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 276. 3. Выбрать один верный ответ. 277. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 278. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	279. Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
280. Задание открытого типа с развернутым ответом	281. Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ 282.	283. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 284. 2. Продумать логику и полноту ответа. 285. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 286. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	287. Ответ считается верным: 288. 1. Отсутствие фактических ошибок. 289. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 290. 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 291. 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

292.

293.

294.

295. 4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

296.

297. Итого	298. Традиционная	299. Б	300. ECTS
-------------------	--------------------------	---------------	------------------

вая балльная оценка	система	инарн ая систем а	301. Д л я т р а д и ц и о н н о й с и с т е м ы	302. Для бин арн ой сист емы
303. 95-100	304. Отлично	305. 3 ачтено	306. А	307. P/ Pass ed
308. 85-94			309. В	310. P/ Pass ed
311. 75-84	312. Хорошо		313. С	314. P/ Pass ed
315. 65-74			316. D	317. P/ Pass ed
318. 55-64	319. Удовлетворите льно		320. E	321. P/ Pass ed
322. 0-54	323. Неудовлетвори тельно		324. Н е зачтен о	325. F

327.

328. Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

329.

330. Максималь	331. Максим	332. Мак	333. Макси
----------------	-------------	----------	------------

ная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	альная сумма баллов за промежуточную аттестацию	симальная итоговая балльная оценка	мальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
334. 60 баллов	335. 40 баллов	100 баллов	100 баллов

336.

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

338.

339. **5.1.** В ходе реализации дисциплины Б1.О.13 «Экономика и менеджмент в СМИ» используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

340.

341. Тема	342. Методы текущего контроля успеваемости	343. Контр. точки
344. Журналистика и экономический фактор. Закономерности формирования и развития информационного рынка	345. Устный опрос. Задачи	346. КТ-1
347. Бизнес-план и рыночная модель предприятия. Ценообразование на рынке СМИ	348. Устный опрос. Задачи	
349. Управление персоналом редакции.	350. Устный опрос. Самостоятельная работа	353. КТ-2
351. Виды собственности, конкуренция и регулирование в индустрии СМИ	352. Устный опрос. Самостоятельная работа	
354. Бизнес-модель современного медиабизнеса	355. Устный опрос. Самостоятельная работа	
356. Управление медиапредприятием на рынке	357. Устный опрос. Самостоятельная работа	

358.

359. **5.2.** Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек) приведены в пункте 6.2

360.

5.3. Тематические блоки дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 КТ в течение периода освоения дисциплины.

361. Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

362. Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

363.

364.

365. Наименование	366. Максимальное	367. Коэффициент	368. Результат контрольной точки,
-------------------	-------------------	------------------	-----------------------------------

контрольной точки	количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать обучающийся	веса контрольной точки	участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
369.КТ 1	370.100	371.0,3	372.30
373.КТ 2	374.100	375.0,3	376. 30
377.Итого:	378.x	379.0,6	380.60

381.

382. Формула расчета результата контрольной точки:

383. Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

384.

385. 5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

386.

387. **Тема 1.**

388. *Примеры вопросов для устного опроса на семинарах*

1. Раскройте сущность и содержание понятия экономика.
2. Раскройте сущность и содержание понятия менеджмент.
3. Раскройте сущность и содержание понятия маркетинг в средствах массовой информации.
4. Каковы экономические условия (бизнес-среда) для существования рынка и развития масс-медиа?
5. Какова роль диверсификации на рынке СМИ?

389.

390. *Пример задач*

391. Издательство печатает газету себестоимостью 100 рублей и реализует с нормой прибыли 30%. Объем реализуемого тиража – 5000 шт.

392. Предложено несколько вариантов дополнительных расходов на рекламу, позволяющих повысить на определенное значение объем реализации.

393. Определить:

- 1) какой из вариантов предпочесть, если стоит задача получить наибольший объем прибыли от реализации;

394.

395. Реклама, руб.	396. Повышение реализации, %
397. 25000	398. 20
399. 35000	400. 30
401. 40000	402. 35
403. 50000	404. 40
405. 70000	406. 55
407. 100000	408. 80
409. 135000	410. 100
411.	412. 115

414. Тема 2.*415. Примеры вопросов для устного опроса на семинарах*

1. Раскройте сущность, свойства и типологические основания бизнес-плана редакции.
2. Охарактеризуйте структуру бизнес-плана.
3. Назовите основные виды цен.
4. Почему оптовая цена обычно ниже средней по рынку, за счет чего?

416.

417. Пример задач

418. Для отдельных разновидностей расходов, имевших место на производственном участке предприятия при его плановой загрузке 100%, были установлены следующие постоянные и пропорциональные части затрат

419.

420. Статьи затрат	421. Затраты, д.е.	
	422. постоянные	423. пропорциональные
424. Сырье и материалы	425. х	426. 350000
427. Заработная плата за работу:	428.	429.
430. основную производственную	431. 18000	432. 162000
433. вспомогательную	434. 30000	435. 30000
436. Затраты на социальные нужды	437. 12000	438. 28000
439. Вспомогательные материалы	440. 15000	441. 35000
442. Энергия	443. 2000	444. 18000
445. Амортизация основных средств	446. 5000	447. х

448.

449. а) Рассчитайте вариации для отдельных видов затрат и с их помощью определите нормативные затраты по их видам (статьям), а также при степени загрузки производственных мощностей:

450. б) 75%

451. в) 110%

452. г) затраты на 1% производства

453.

454. Тема 3.*455. Примеры вопросов для устного опроса на семинарах*

1. В чем состоит работа с персоналом в системе менеджмента?
2. Каковы основные подходы и этапы в формировании кадровой стратегии редакции?

456. 3. Назовите и охарактеризуйте формы зарплаты

457. 4. Назовите и охарактеризуйте виды конфликтов в редакции

458.

459. *Самостоятельная работа (описание)*

460. Исходные условия: Медиа-холинг развивает бизнес. Предполагается создание дополнительного интернет-канала. Предполагаемый контент: актуальные новости, политический анализ, разбор сообщений от иностранных СМИ, освещение «темных пятен» истории, беседы с видными людьми и т.п. Предполагается развивать в работе креативные идеи, ориентированные на привлечение аудитории. Необходимо подобрать руководителя канала из следующих работников подразделений (указаны основные трудовые и биографические характеристики работников).

461. Задание: на основе описания основных характеристик и подбора основных из них, произвести оценку (с помощью метода Саати) какие из представленных работников наиболее перспективны для занятия указанной должности.

462.

463. **Тема 4.**

464. *Примеры вопросов для устного опроса на семинарах*

1. Каковы основные методы анализа рынка?
2. В чем особенности продукции СМИ как товара, каковы методы изучения ее потребителей?
3. Раскройте сущность и содержание целевого рынка, методы его поиска и оценки.
4. В чем сущность и принципы разработки стратегии маркетинга в редакции?

465.

466. *Самостоятельная работа (описание)*

467. Исходные условия: в издательской организации осуществляются коммуникации, имеющие разную степень ценности для креативного развития команды. Основные представленные контакты между сотрудниками:

468. К1 – творческие, с обоюдной выработкой результативных идей

469. К2 – редкие, результат явно не отмечен

470. К3 – вялые, инновационный результат незначительный

471. К4 – частые, результат явно не отмечен

472. К5 – интенсивные, заряжающие окружающих на творчество при нестабильном результате

473. К6 – частые, эмоциональные, отвлекающие от работы

474. К7 – спокойные, с углубленным обсуждением проблемных задач

475. К8 – эмоциональные, напряженные, с нерегулярным результатом

476. К9 – напряженные, снижающие новационную результативность

477. К10 – активные, шумные, с периодической выработкой идей и предложений

478. К11 – холодные, со скептическим восприятием друг друга

479. К12 – конкурирующие, с желанием опережения, результат бывает поверхностным

480. К13 – неактивные, инновационный результат - редкий

481. К14 – редкие, понижающие новационную активность обоих

482. К15 – эмоциональные, поднимающие творческую инициативу обоих

483. К16 – редкие, новационная результативность не отмечена

484. Задание: С помощью аналитического подхода необходимо сформировать две креативные команды из десяти человек, с тем, чтобы активизировать инновационный процесс всего коллектива. Постараться повысить уровень креативности минимум на 30%.

485.

486. **Тема 5.**

487. *Примеры вопросов для устного опроса на семинарах*

1. Назовите основные проблемы и методы ценообразования.
2. Каким образом формируется ценовая политика редакции (учет рынка спроса, цен конкурентов, суммы издержек)?
3. Каковы основные методы стимулирования продаж?
4. Какие основные принципы и этапы формирования маркетингового и рекламного бюджетов?

488.

489. *Самостоятельная работа (описание)*

490. Задание: На основе представленных данных по варианту: доли рынка в городе по продаже информационных бюллетеней и коэффициента эластичности по цене, необходимо выполнить четыре задания, таким образом, чтобы достигнуть запланированных результатов.

491. Исходные данные: 24% - доля рынка издательской компании; потребительские свойства продукции конкурентов считаются идентичными; цена единицы товара 100 руб., себестоимость 80. Общая емкость городского рынка 100000 единиц в месяц.

492. Выполнить следующие задания:

493. 1. Предложить новую цену товара, с тем, чтобы постараться получить максимальную прибыль от продаж.

494. 2. Предложить новую цену, чтобы постараться получить максимально возможную долю рынка, учитывая, что норма прибыли не должна опускаться ниже 10%.

495. 3. Предложить новую цену продукта, чтобы постараться получить максимально возможную прибыль на бюллетень, учитывая, что доля рынка не должна быть меньше 16%.

496. 4. казать, какие неценовые инструменты можно предложить, чтобы повысить привлекательность продукта издательства (не менее четырех предложений).

497.

498. **Тема 6.**

499. *Примеры вопросов для устного опроса на семинарах*

500. 1. Раскройте содержание менеджмента в СМИ, его функции.

501. 2. Раскройте организационную структура редакции, выделите принципы и элементы.

502. 3. Какова роль главного редактора, коммерческого директора и главного бухгалтера в регулярном менеджменте?

503. 4. В чем сущность внутренних коммуникаций в контексте организационной эффективности?

504.

505. *Самостоятельная работа (описание)*

506. На основе анализа описания организации определите тип и начертите схему данной структуры. На сколько эффективно действует эта система? Ответ обоснуйте. Перечислите достоинства и недостатки этой организационной структуры.

507. *Исходные условия:*

508. **Редакция**

509. Отвечает за подбор авторов и тематику изданий, осуществляет контроль качества рукописей, готовит тексты к печати. Включает следующие должности:

510. Главный редактор; Заместитель главного редактора; Ответственный секретарь редакции; Редакторы различных направлений (научная литература, учебники, художественная литература); Корректоры; Литературные редакторы

511. Дизайн-отдел

512. Создает визуальное оформление книг и журналов:

513. Художники-графики; Дизайнеры обложек; Иллюстраторы; Фотографы; Арт-директора

514. Производственно-технический отдел

515. Занимается вопросами изготовления продукции:

516. Технический редактор; Верстальщики; Специалисты допечатной подготовки; Менеджеры производства

517. Маркетинговые и коммерческие структуры

518. Маркетинговая служба

519. Организует продвижение и рекламу публикаций:

520. Директор по маркетингу; Бренд-менеджеры; PR-менеджеры; Аналитики рынка; Мерчендайзеры

521. Коммерческий отдел

522. Контролирует продажу готовой продукции:

523. Коммерческий директор; Руководители отделов продаж; Региональные менеджеры; Продавцы-консультанты; Логисты

524. Рекламное агентство (если имеется собственное подразделение)

525. Разрабатывает рекламные кампании и материалы:

526. Креативные директора; Копирайтеры; Медиабайеры; Специалист по работе с клиентами

527. Финансово-экономические структуры

528. Финансовый отдел

529. Осуществляет управление финансовыми ресурсами издательства:

530. Главный бухгалтер; Бухгалтерия; Экономический аналитик; Кассир; Налоговый консультант

531. Экономическое бюро

532. Планирует бюджет издательства и контролирует эффективность затрат:

533. Экономист-аналитик; Планировщик бюджета; Контроллер экономики предприятия

534. Административные и вспомогательные структуры

535. Администрация

536. Координирует работу всех подразделений:

537. Генеральный директор; Управляющий делами; Канцелярия; Архив

538. Юридическая служба

539. Обеспечивает юридическую поддержку издательства:

540. Юристы различного профиля; Патентные поверенные; Нотариус (при наличии нотариальной практики)

541. Информационные технологии (IT-служба)

542. Поддерживает компьютерные системы и сетевые ресурсы издательства:

543. IT-директор; Программисты; Системные администраторы; Техподдержка пользователей

544.

Логистика и складирование

545. Управляют процессом хранения и транспортировки продукции:

546. Складские работники; Водители-экспедиторы; Грузчики; Экспедиторские специалисты

547.

548. **Рекомендации и критерии оценивания**

549.

550. **Оценивание по КТ-1**

551. Сумма значений по КТ-1 составляет 30 баллов. Набор происходит за счет получаемых баллов за устные опросы, задачи и самостоятельную работу.

552. Критерии оценивания устного опроса (для КТ1):

553. Диапазон баллов	554. Описание критерия
555. 43-50	556. Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопросы), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
557. 33-42	558. Обучающийся дает ответы, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
559. 28-32	560. Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
561. 0-27	562. Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
563. Примечание	564. Максимальная сумма баллов за устные опросы: $50 \cdot \text{куоп} = 50 \cdot 0,2 = 10$ баллов; 565. где: 50 - максимум за устные опросы, куоп - коэффициент приведения для устных опросов: 0,2

566.

567. Критерии оценивания решения задач (для КТ1):

568. Диапазон баллов	569. Описание критерия
570. 90-100	571. Точный ответ на задачу, или правильных более 90% ответов, если предусмотрено их несколько. Обучающийся демонстрирует знание основных формул расчета. Оперативно выполняет решение по своему варианту.
572. 49-89	573. Ответ получен приближенный или с округлением. От 50 до 89% ответов правильных, если в задании предусмотрено их несколько. Обучающимся продемонстрировано знание формул расчета с некоторыми погрешностями.
574. 0-48	575. Обучающимся продемонстрировал способности к решению задачи

	ниже базового уровня. Ответ грубый, приближенный, или неправильный. Менее 50% правильных ответов, если в задании их предусмотрено несколько.
576.Примечание	577.Максимальная сумма баллов за решение задач: $100 \cdot k_{рз} = 100 \cdot 0,1 = 10$ баллов; 578. где: 100 - максимум за ответы на задачи, $k_{рз}$ - коэффициент приведения для решения задач: 0,1

579.

580. Критерии оценивания самостоятельной работы (для КТ1):

581. Диапазон баллов	582. Описание критерия
583. 90-100	584. Самостоятельная работа выполнена в отведенное время. Результат получен без замечаний или с незначительной погрешностью.
585. 49-89	586. Самостоятельная работа выполнена в отведенное время, с некоторыми недочетами и погрешностями.
587. 0-48	588. Самостоятельная работа не выполнена в отведенный срок, выполнена неправильно, или с критическими ошибками.
589.Примечание	590.Максимальная сумма баллов за выполнение Самостоятельных работ: $100 \cdot k_{ср} = 100 \cdot 0,1 = 10$ баллов; 591. где: 100 - максимум за самостоятельные работы, $k_{ср}$ - коэффициент приведения для самостоятельных работ: 0,1

592. Сумма баллов по КТ-1: $10+10+10=30$ баллов

593.

594. **Оценивание по КТ-2**

595. Сумма значений по КТ-2 составляет 30 баллов. Набор происходит за счет получаемых баллов за устные опросы, самостоятельные работы.

596. Критерии оценивания устного опроса (для КТ2):

597. Диапазон баллов	598. Описание критерия
599. 43-50	600. Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопросы), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
601. 33-42	602. Обучающийся дает ответы, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
603. 28-32	604. Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
605. 0-27	606. Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил,

	искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
607. Примечание	608. Максимальная сумма баллов за устные опросы: $50 \cdot k_{уоп} = 50 \cdot 0,18 = 9$ баллов; 609. где: 50 - максимум за устные опросы, $k_{уоп}$ - коэффициент приведения для устных опросов: 0,18

610.

611. Критерии оценивания самостоятельной работы (для КТ2):

612. Диапазон баллов	613. Описание критерия
614. 90-100	615. Самостоятельная работа выполнена в отведенное время. Результат получен без замечаний или с незначительной погрешностью.
616. 49-89	617. Самостоятельная работа выполнена в отведенное время, с некоторыми недочетами и погрешностями.
618. 0-48	619. Самостоятельная работа не выполнена в отведенный срок, выполнена неправильно, или с критическими ошибками.
620. Примечание	621. Максимальная сумма баллов за выполнение самостоятельных работ: 622.1 работа - 7 баллов 623.2 работа - 7 баллов 624.3 работа - 7 баллов 625. Расчет по каждой работе: $100 \cdot k_{сп} = 100 \cdot 0,07 = 7$ баллов; 626. где: 100 - максимум за самостоятельную работу, $k_{сп}$ - коэффициент приведения для самостоятельных работ: 0,07 627. Сумма по всем работам: $7+7+7=21$

628. Сумма баллов по КТ-2: $9+21=30$ баллов

629. Сумма по КТ-1 и КТ-2: $30+30=60$ баллов

630.

631.

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

633.

634. 6.1. Промежуточная аттестация (экзамен) проводится в устной форме. Обучающийся получает билет. Необходимо дать ответы в устном виде, подробно изложив содержание ответа, при необходимости завершить выводами.

635.

636. 6.2 Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

637.

638.

639. ТИП ЗАДАНИЯ	640. СЦЕНАРИЙ ВЫПОЛНЕНИЯ	641. ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ
642. Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных 643. 644. Оценка: Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква 645. 646.	648. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 649. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 650. 3. Выбрать один верный ответ. 651. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа	652.1. Основная цель маркетинга СМИ – это деятельность по изучению рынка, с тем чтобы... 653. А) ...получать информацию о спросе и предложении 654. Б) ...наилучшим образом достигать цель предприятия по достижению прибыли 655. В) ...составлять мнение о необходимой рекламе 656. 657. 2. Что понимается под коммуникацией 658. 1. Взаимодействие с

647.	(например, 3 или В).	обменом информацией 659. 2. Направленность действия 660. 3. Долговременные взаимодействия
661. Задание закрытого типа на установление соответствия 662. 663. 664. Оценка: 665. Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы	666. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 667. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; 668. список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 669. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 670. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	671.1. Сопоставьте: 672.1. Олигополия 673.2. Монополия 674.3. Рынок совершенной конкуренции 675. 676. А. На рынке присутствует множество мелких независимых, конкурирующих компаний-продавцов 677. Б. Тип рынка, где под контролем нескольких компаний находится его основная часть. 678. В. Характерно присутствие только одной компании, которая единственная производит какой-то конкретный товар, и он не имеет аналогов 679. 680. 2. Сопоставьте: 681.1. товар 682.2. продукт 683. 684. А результат производства 685. Б для продажи
686. Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных 687. 688. Оценка: Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого) 689. 690. 691.	692. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 693. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 694. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 695. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	696. 1. Выберите правильные варианты ответа: 697. Какие две характеристики можно отнести к конкурентным преимуществам: 698. 699. 1. Высокое качество продукта 700. 2. Наличие логистической базы 701. 3. Способность реагировать на негативные инциденты 702. 4. Низкая доступная цена 703. 5. Наличие типового договора с подрядчиками 704. 705. 2. Выберите правильные варианты ответа: 706. Медиаактивы работают по принципам: 707. 708. 1. Мультимедийности 709. 2. Однозначности 710. 3. Конвергентности 711. 4. Изолированности
712. Задание закрытого типа на установление последовательности 713. 714. 715. Оценка: Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр	716. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 717. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 718. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов. 719. 4. Записать	720. 1. Установите правильную последовательность 721. Укажите порядок реализации стиля сотрудничества в конфликтной ситуации: 722. 723. А. Определение приемлемых для всех сторон решений. 724. Б. Поддержание атмосферы общения. Учет мнения другой стороны без недоброжелательства и угроз. 725. В. Создание атмосферы доверия, увеличение взаимного сотрудничества и обмен информацией. 726. Г. Сосредоточение внимания на проблеме а не на личных качествах другой стороны.

	буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	727. Д. Определение проблемы как совокупности целей. 728. 729. 2. Установите правильную последовательность 730. Расставьте действия в правильном порядке: 731.1. Презентация клиентам и инвесторам 732.2. Подготовка бизнес-плана 733.3. Формирование идеи по продукту СМИ
734. Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора 735. 736. Оценка: Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа 737.	738. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 739. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 740. 3. Выбрать один верный ответ. 741. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 742. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	743.1. Укажите, для чего важны коммуникации в структуре медиаорганизации: 744.1. только для систем управления 745.2. только для производственных систем 746.3. для всей организации в целом 747. 4. только для отдельных структур организации 748. 749. 750.2. Выберите правильный ответ и обоснуйте 751. Система управления, при которой у подразделения может оказаться более одного начальника называется 752. А - Линейной 753. Б - Продуктовой 754. В - Функциональной 755. Г - Матричной
756. Задание открытого типа с развернутым ответом 757. 758. 759. Оценка: Ответ считается верным: 760. 1. Отсутствие фактических ошибок. 761. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 762. 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 763. 4. Логическая последовательность излагаемого материала.	764. 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 765. 2. Продумать логику и полноту ответа. 766. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 767. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ	768. 1. Перечислите основные задачи маркетинга рынка СМИ 769. 770. 2. Укажите все потери, которые несет предприятие вследствие снижения конкурентоспособности своей издательской деятельности

771.

772. *Перечень вопросов для подготовки зачета*

773.

1. Основные понятия экономики и менеджмента
2. Журналистская информация как товар и услуга
3. Механизм экономики
4. Медиарынок, участники медиарынка
5. Закономерности формирования и развития медиарынка
6. Глобализация медиарынка
7. Понятие бизнес-модели
8. Основные компоненты бизнес-модели в медиаиндустрии
9. Новые компоненты бизнес-модели в медиаиндустрии
10. Трансформация бизнес-модели в условиях цифрового управления
11. Концентрация в индустрии СМИ
12. Концентрация в российской индустрии СМИ

13. Типы концентрации в индустрии СМИ
14. Холдинг
15. Организационная структура как основа системы управления
16. Формы структур управления
17. Конкуренция и регулирование концентрации СМИ
18. Правовое регулирование медиа в РФ
19. Формы собственности в индустрии СМИ
20. Организационно-правовые формы предприятий в индустрии СМИ
21. Понятие затрат (расходов)
22. Подходы к ценообразованию
23. Точка безубыточности
24. Эффективность продаж
25. Оплата труда персонала - принципы распределения в рыночной экономике
26. Структура заработной платы
27. Формы заработной платы
28. Повременно-премиальная система
29. Сдельно-премиальная система
30. Понятие конфликтной ситуации в коллективе
31. Основные типы организационных конфликтов
32. Причины организационных конфликтов
33. Последствия, к которым ведет конфликт
34. Межличностные методы управления конфликтами (модель Кена Томаса и Ральфа Килманна)
35. Структурные методы управления конфликтами (модель управления «сверху»)
36. Значение бизнес-планирования
37. Понятие бизнес – плана
38. Структура бизнес – плана (примеры)
39. Содержание бизнес – плана (предприятие, отрасль, продукция)
40. Содержание бизнес – плана (рынок и производство)
41. Содержание бизнес – плана (финансы)
42. Диаграммы Ганта
43. Элементы финансового управления на медиапредприятии
44. Финансовая структура медиакомпания
45. Финансовое планирование, бюджетирование и формы отчетности
46. Управление себестоимостью продукции СМИ
47. Управление оборотным капиталом
48. Количественные и качественные характеристики аудитории СМИ
49. Измерение аудитории
50. Маркетинг СМИ
51. Маркетинговый анализ
52. Стратегия действий

774.

775. 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС

776. КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	777. РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
778. Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса	779.40
780. Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где обучающийся демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе.	781.30-39

782. Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, 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.	783.20-29
784. Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, 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. Выводы поверхностны. Обучающийся не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.	785.0-19

786.

787. **7. Методические материалы для освоения дисциплины**

788. Рабочей программой дисциплины предусмотрены следующие виды аудиторных занятий: лекции, практические занятия, а также внеаудиторная самостоятельная работы студентов. На лекциях рассматриваются наиболее сложный материал дисциплины. Лекция сопровождается презентациями, компьютерными текстами лекции, что позволяет студенту самостоятельно работать над повторением и закреплением лекционного материала. Практические занятия предназначены для индивидуальной или групповой работы студентов по решению конкретных задач и выполнению заданий.

789. Самостоятельная работа студента включает:

1. Индивидуальные консультации с преподавателем в течение семестра, собеседование по текущим практическим заданиям;
2. Подготовку к семинарам и аттестации, углубленное изучение отдельных тем и вопросов курса;
3. Выполнение самостоятельных работ;
4. Подготовку к текущим и промежуточным формам контроля: устные опросы, решение задач;
5. Подготовку к итоговой аттестации по дисциплине — зачету.
6. Проверка и оценивание заданий для самостоятельной работы студентов осуществляется преподавателем на практических занятиях

790. Критериями оценки СРС могут являться:

1. Объем проработанного материала в соответствии с заданным объемом;
2. Степень исполнительности (проработанность всех аспектов задания, оформление материала в соответствии с требованиями, соблюдение установленных сроков представления работы на проверку и т.п.)
3. Степень самостоятельности, творческой активности, инициативности студентов, наличие элементов новизны в процессе выполнения заданий;
4. Качество освоения учебного материала (умение студента использовать теоретические знания при выполнении практических задач, обоснованность и четкость изложения изученного материала и т.д.);
5. Достаточная компетентность автора (студента) в раскрываемых вопросах.

791. При подготовке к зачету наряду с конспектами лекций и рекомендуемой литературой целесообразно использовать образовательную программу дисциплины, так как программа содержит основные разделы, темы и проблемы дисциплины.

792. Процедура проведения зачету заключается в следующем. Студент выбирает один из предлагаемых билетов, лежащих рубашкой вверх. Предоставляемое время подготовки к ответу - до 20 мин (может быть увеличено преподавателем на 10 мин., если готовится подробный ответ). Во время подготовки телефоном пользоваться запрещено. В ходе зачета студент отвечает на теоретические вопросы билета. При необходимости отвечает на дополнительные вопросы.

793. В случае если студент в течение семестра не набирает минимальное число баллов, необходимое для сдачи промежуточной аттестации, то он может заработать дополнительные баллы, отработав соответствующие разделы дисциплины, получив от преподавателя компенсирующие задания.

794. В случае получения на промежуточной аттестации неудовлетворительной оценки студенту предоставляется право повторной аттестации в срок, установленный для ликвидации академической задолженности по итогам соответствующей сессии. Студент, набравший в течение семестра сумму баллов, достаточную для получения зачета, может его получить без прохождения промежуточной аттестации. В таком случае студент обязан выразить свое согласие на получение зачета без прохождения промежуточной аттестации.

795. Изучение данной дисциплины направлено на понимание сути функционирования современных издательских организаций, управление которыми осуществляется в сложной динамично изменяющейся среде. Ресурсный подход, позволяющий воспроизводить и развивать ресурсы организации с заранее заданными характеристиками, необходимыми для достижения стратегических целей организации, неразрывно связан с маркетингом СМИ как философией бизнеса, так и инструментом исследования рынка СМИ. Обучающиеся получают знания в области теории экономики и управления, эволюции взглядов на процесс становления и развития маркетинговых идей и их влияние на современное состояние управления организациями, особенностей современного этапа развития медиадеятельности и рыночных исследований. В рамках курса рассматриваются вопросы оценки, показателей и методов, применяемых в современных условиях СМИ.

796. Обучающийся должен готовиться к семинарским занятиям. При подготовке к семинарскому занятию обучающемуся следует обратиться к литературе библиотеки Северо-Западного института. Вместе с тем при изучении дисциплины нельзя ограничиваться лекционным материалом и только одним учебником. Ряд тем курса может быть вынесена преподавателем на самостоятельное изучение, с обсуждением соответствующих вопросов на семинарских занятиях. Поэтому подготовка к сдаче зачета и групповой работе на семинарах подразумевает самостоятельную работу обучающихся в течение всего семестра по материалам рекомендуемых источников (раздел учебно-методического и информационного обеспечения и ресурсов информационно-телекоммуникационной сети).

797. Основной задачей при изучении курса является не столько приобретение профессиональных навыков, сколько обучение определённому типу мышления, формирование определённых установок – профессиональных принципов, ценностей и норм - моделей мышления и организационного поведения. Для самопроверки и подготовки к семинара и зачету рекомендуется самостоятельное описание и характеристика обучающимся доступных для них организаций-объектов с помощью изучаемых аналитических методов и схем.

798.

799. **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

800.

801. 8.1. Основная литература

1. Иваницкий, В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебник для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561544>
2. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568752>

802.

803. 8.2. Дополнительная литература

1. Авдеева О.А. Рынок СМИ в России и зарубежных странах: сравнительный анализ: монография [Электронный ресурс]: монография — Электрон. дан. — Омск : ОмГУ, 2010.- 180 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/12837>.
2. Алешин, А.В. Управление проектами: фундаментальный курс. [Электронный ресурс] / А.В. Алешин, В.М. Аньшин, К.А. Багратиони. — Электрон. дан. — М. : Издательский дом Высшей школы экономики, 2013. — 624 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/66093> — Загл. с экрана.
3. Балашов А.И., Имамов Т.Д., Купрещенко Н.П., Тertyшный С.А. Экономическая теория. - М., ЮНИТИ-ДАНА. 2014. // <http://www.iprbookshop.ru/21012.html>
4. Вартанова Е.Л., Вырковский А.В., Иваницкий В.Л., Макеенко М.И., Назайкин А.Н., Полуэхтова И.А Основы медиабизнеса. - М., Аспект Пресс. 2014// <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>
5. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. Учеб. пособие. Гриф УМО. М.,Аспект-Пресс, 2015.
6. О'Коннор Дж., Мак-Дермотт Ян. Искусство системного мышления. Творческий подход к решению проблем и его основные стратегии. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2016. – 256 с.
7. Теория и практика принятия управленческих решений. Учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры Бусов В.И., Лябах Н.Н., Саткалиева Т.С., Таспенова Г.А. – М: Юрайт, 2015. – 279 с.
8. Шарков Ф.И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике: Учебное пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/93373>.
9. Шевчук, Д.А. Экономическая журналистика: учеб.-практ. пособие [Электронный ресурс] : учеб. пособие — Электрон. дан. — Москва : ГроссМедиа, 2008. — 568 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com.ezproxy.ranepa.ru:2443/book/8898>.
10. Bennett, E.A. Self and Self-Management. [Электронный ресурс] — Электрон. дан. — СПб. : Лань, 2013. – 103 с. – Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/41991>.
804. 11. 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»
805. 12. Дубина И.Н. Основы теории игр и ее приложения в экономике и менеджменте [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Дубина И.Н.— Электрон. текстовые данные.— Саратов: Вузовское образование, 2018.— 260 с.— Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/76239.html> .— ЭБС «IPRbooks»

806. 13. Экономическая теория 4-е изд., пер. и доп. Учебник для академического бакалавриата / Отв. ред. Лобачева Е.Н. - М.: Юрайт. 2015. – Режим доступа: http://www.biblio-online.ru/thematic/?68&id=urait.content.0B25E76F-6E67-404B-9F89-CE9C05C2D8F0&type=c_pub. – ЭБС «Юрайт».

807. 14. Душенькина Е.А. Экономическая теория. Учебное пособие. - Саратов: Научная книга, 2012. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6268.html>. – ЭБС «IPRbooks».

808. 15. Николаева И.П. Экономическая теория. Учебник. - М., Дашков и К, 2015. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/14127.html>. – ЭБС «IPRbooks».

809.

810.

811. 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

812. При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются.

813.

814. 8.4. Интернет-ресурсы

1. Проект «экономико-статистические материалы». Режим доступа: <http://gov.stat>

2. Универсальная информационная система «Россия». Режим доступа: <http://uisrussia.msu.ru/is4/main.jsp> -

3. Электронный ресурс «Динамика экономического и социального развития России». Режим доступа: <http://hist.msu.ru/Dynamics> -

4. Сообщество менеджеров. - Режим доступа: www.executive.ru

5. Сайт консалтинговой компании И. Адизеса. Режим доступа: www.adizes.com

6. Сайт журнала «Проблемы теории и практики управления». - Режим доступа: [www://cptr.ru](http://www.cptr.ru) /

7. Официальный сайт Президента РФ. - Режим доступа: www.kremlin.ru

8. Официальный сайт Председателя Правительства России - Режим доступа: www.premier.ru

815.

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

817.

818. Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

819. Программное обеспечение: Microsoft Windows 10 LTSB 1607; Microsoft Office Professional 2016.

820. Информационные справочные системы: Научная библиотека РАНХиГС. URL: <http://lib.ranepa.ru/>; Научная электронная библиотека eLibrary.ru. URL: <http://elibrary.ru/defaultx.asp>; Национальная электронная библиотека. URL: www.nns.ru; Российская государственная библиотека. URL: www.rsl.ru; Российская

национальная библиотека. URL: www.nnir.ru; Электронная библиотека Grebennikon. URL: <http://grebennikon.ru/>; Электронно-библиотечная система Издательства «Лань». URL: <http://e.lanbook.com>; Электронно-библиотечная система ЮРАЙТ. URL: <http://www.biblio-online.ru/>.

821. №	822. Наименование
823. 1	824. Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
825. 2	826. Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами.
827. 3	828. Технические средства обучения: персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства Microsoft.

829.

830.