

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 18.05.2026 15:05:53
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4
к образовательной программе

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.22 «Медиэкономика»

(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»

(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

(наименование образовательной программы)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Заведующий кафедрой:

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.О.22 «Медиаэкономика» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 4 от «9» 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

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

Дисциплина Б1.О.22 «Медиаэкономика» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
	ОПК-5	способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.1.	Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	<p>ОПК-5.1. 3-1. Знает политические и экономические факторы, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.1. 3-2. Знает правовые и этические нормы, регулирующие развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях</p> <p>ОПК-5.1. У-1. Умеет применять совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм,</p>

					регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
			ОПК-5.2.	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	ОПК-5.2. 3-1. Знает структуру и содержание профессиональных действий в сфере рекламы и связей с общественностью
					ОПК-5.2. 3-2. Знает специфику коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретных медиакоммуникационных системы
					ОПК-5.2. У-1. Умеет осуществлять профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Объем дисциплины

Общая трудоемкость – 3 зачетных единицы, 108 ак. ч.

Контактная работа – 53 ак.ч.

Лекции – 18 ак.ч.

Практические занятия – 24 ак.ч.

Самостоятельная работа – 37 ак.ч.

Консультации перед экзаменом – 2 ак.ч.

Самостоятельная работа на подготовку к экзамену – 18 ак.ч.

Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 ак.ч.

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.О.22 «Медиаэкономика» относится к обязательным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Бизнес-моделирование в медиа», «Реклама и PR в современном медиапространстве».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
		ВСЕГО	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	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Формирование медиаиндустрии	8	2		3							3	УО, КЗ		
Тема 2	Концепция медиапроекта	9	2		3							4	УО, КЗ		

Тема 3	Организационно-административные процессы создания нового СМИ	10	2			3							5	УО, Д, КЗ
Тема 4	Экономические процессы создания нового СМИ	10	2			3							5	УО,КЗ
Тема 5	Производственно-технические процессы создания нового СМИ	10	2			3							5	УО, Пз, КЗ
Тема 6	Творческие процессы создания нового СМИ	10	2			3							5	УО, Д, Пз , КЗ
Тема 7	Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпани	11	3			3							5	УО, Д, КЗ

Тема 8	Экономика телевидения	11	3			3						5	УО, Д, Пз, КЗ
Промежуточная аттестация		29						2	9			18	экзамен
Итого		108	18			24		2	9			18	37

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.

УО – устный опрос

Д – доклад

Пз – проектное задание

КЗ- контрольное задание

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Формирование медиаиндустрии (ОПК-5.1.)

Понятие медиаиндустрии. Информация как основа медиаиндустрии. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. Институциональная основа индустрии СМИ. Структура рынка информационной продукции и услуг. Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты. Инвестиционные возможности на информационном рынке. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ. Рынок покупателей информации. Регулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. Система государственной поддержки СМИ в России

Тема 2. Концепция медиапроекта (ОПК-5.1.)

Типология СМИ как базовая идея создания медиа-проекта. Изучение существующего медиарынка и конкурентная среда. Позиционирование СМИ в избранном рыночном сегменте. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши. Исследование рынка потребителей информации. Технология вывода медиапроекта на рынок: поиск и возникновение творческой идеи – создание концепции – создание бизнес-плана – поиск инвестора – регистрация СМИ – регистрация предприятия-издателя – внедрение бизнес-процессов деятельности СМИ – выход на «точку безубыточности» – создание торговой марки – развитие медиапроекта – создание бренда – поддержание и развитие бренда

Тема 3. Организационно-административные процессы создания нового СМИ (ОПК-5.1.)

Формирование правовой службы СМИ. Выбор организационно-правовой формы медиа-компании. Регистрация СМИ в установленном порядке, постановка его на учет в налоговой инспекции. Назначение генерального директора. Назначение главного бухгалтера. Назначение главного редактора (контент-директора) СМИ. Создание системы оплаты труда. Устав СМИ. Создание положения о разделении полномочий между редакцией СМИ и нежурналистским коллективом. Принятие положения о редакционной политике. Положение о документообороте между инвестором и СМИ. Создание штатного расписания предприятия, должностных инструкций сотрудников. Аренда (покупка) помещений и материально-техническое снабжение СМИ. Логистика в СМИ. Организация

товарно-сырьевых потоков. Создание и выстраивание системы текущего управления жизнедеятельностью медиа-предприятия через систему принятия и исполнения решений.

Тема 4. Экономические процессы создания нового СМИ (ОПК-5.2.)

Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта. Создание модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ. Положение об учетной политике на медиа-предприятии. Система контроля над исполнением бизнесплана. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиакомпании. Создание экономико-финансового алгоритма работы предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячного, ежеквартального, полугодового, годового. Система производственных совещаний. Система документооборота. Система рабочих планов сотрудников и отчетов по ним. Система продвижения на рынок. Система диверсификации деятельности медиапредприятия.

Тема 5. Производственно-технические процессы создания нового СМИ (ОПК-5.2.)

Создание технического коллектива СМИ. Определение технической платформы постановки учета на предприятии. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов. Преимущества и недостатки программ. Создание контент-формата в зависимости от типа медиапроекта: содержательная, дизайнерская, визуальная, аудиальная модели. Создание корпоративной электронной системы управления СМИ. Создание выпускающей бригады (группы), определение ее состава и компетенции. Выстраивание отношений с техническими службами при производстве медиапродукта. Создание и диверсификация интернет-версии медиапроекта. Улучшение качества распространения и вещания. Создание резервных способов доставки сигнала, максимизация аудитории, точечное расширение.

Тема 6. Творческие процессы создания нового СМИ (ОПК-5.2.)

Создание творческого коллектива медиапроекта. Уточнение формата в зависимости от типа СМИ. Оформление формата медиапроекта во внутрифирменный документ. Создание системы перспективного планирование деятельности медиа-проекта (планирование номера, программного контента, сетки вещания). Создание системы взаимодействия

с коммерческой службой. Участие в профессиональных выставках и конференциях. Инструменты повышения доверия к медиапроекту как СМИ. Редакционные ноу-хау. Специальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проектов/линеек. Развитие программных продуктов. Роль личности медиаменеджера в выведении медиапроекта на рынок. Интернет как инструмент продвижения СМИ на рынке, как свидетельство современности издания.

Тема 7. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпании (ОПК-5.2.)

Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиапредприятия. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание). Подготовка организации к введению процедур регулярного менеджмента: определение центров финансовой ответственности (ЦФО), определение центров бюджетирования (ЦБ), постановка системы бухгалтерского и административного учета, разработка и внедрение документооборота и системы контроля за исполнением решений и поручений. Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности медиакомпаний.

Тема 8. Экономика телевидения (ОПК-5.2.)

Модели организации телевизионной индустрии. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии. Технологии распространения телесигнала. Экономические особенности телеиндустрии. Источники доходов в телевизионной индустрии. Стратегии конкурентоспособного программирования. Экономические и организационные особенности телесетей. Производство телепрограмм как сектор индустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран. Финансирование и организация общественного телевидения. Модели общественного вещания в развитых странах

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.О.22 «Медиаэкономика» 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.

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 предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты 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>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<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 (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<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>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

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

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

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

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

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

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

Устный опрос, доклад, проектное задание, контрольное задание

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1. Формирование медиаиндустрии

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Понятие медиаиндустрии. Информация как основа медиаиндустрии.

Вопрос 2. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. Институциональная основа индустрии СМИ.

Вопрос 3. Структура рынка информационной продукции и услуг.

Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты. Инвестиционные возможности на информационном рынке.

Вопрос 4. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ.

Вопрос 5. Рынок покупателей информации.

Вопрос 6. Регулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес.

Вопрос 7. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. Система государственной поддержки СМИ в России

Контрольные задания:

1. *Сформулируйте определение понятий: «медиаиндустрия», «рынок идей», «рынок покупателей», «регулирование медиа»*

2. *Дайте краткую характеристику структуры рынка информационной продукции и услуг*

Тема 2. Концепция медиапроекта

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Типология СМИ как базовая идея создания медиа-проекта. Изучение существующего медиарынка и конкурентная среда.

Вопрос 2. Позиционирование СМИ в избранном рыночном сегменте.

Вопрос 3. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши.

Вопрос 4. Исследование рынка потребителей информации.

Вопрос 5. Технология вывода медиапроекта на рынок: поиск и возникновение творческой идеи – создание концепции – создание бизнес-плана – поиск инвестора – регистрация СМИ – регистрация предприятия издателя – внедрение бизнес-процессов деятельности СМИ – выход на «точку безубыточности» – создание торговой марки – развитие медиапроекта – создание бренда – поддержание и развитие бренда

Контрольные задания:

1. *Сформулируйте определение понятий: «инвестор», «регистрация СМИ», «точка безубыточности», «торговая марка», «медиа бренд»*

2. *Дайте краткую характеристику вертикальных и горизонтальных рыночных ниш*

Тема 3. Организационно-административные процессы создания нового СМИ

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Формирование правовой службы СМИ. Выбор организационно-правовой формы медиа-компании.

Вопрос 2. Регистрация СМИ в установленном порядке, постановка его на учет в налоговой инспекции.

Вопрос 3. Назначение генерального директора. Назначение главного бухгалтера. Назначение главного редактора (контент-директора) СМИ.

Вопрос 4. Создание системы оплаты труда.

Вопрос 5. Устав СМИ. Создание положения о разделении полномочий между редакцией СМИ и нежурналистским коллективом.

Вопрос 6. Принятие положения о редакционной политике. Положение о документообороте между инвестором и СМИ.

Вопрос 7. Создание штатного расписания предприятия, должностных инструкций сотрудников.

Вопрос 8. Аренда (покупка) помещений и материально-техническое снабжение СМИ. Логистика в СМИ. Организация товарно-сырьевых потоков.

Вопрос 9. Создание и выстраивание системы текущего управления жизнедеятельностью медиа-предприятия через систему принятия и исполнения решений.

Темы для доклада:

1. Бизнес планирование и медиапродукт
2. Матрица корпоративных стратегий
3. Типологий современных медиа рынков.
4. Реклама и бренд, построение нематериальных активов медиапредприятия.
5. Матрица VCG и понятие СБЕ и СБЗ, формирование сбалансированного бизнеспортфеля медиапредприятия.
6. Цена и ценообразование в медиаиндустрии
7. Спрос и объем производства в медиаиндустрии

Контрольные задания:

1. Сформулируйте определение понятий: «организационно-правовая форма», «система оплаты труда», «редакционная политика», «устав СМИ», «должностная инструкция»

2. Дайте краткую характеристику регистрации СМИ в установленном порядке, постановки его на учет в налоговой инспекции

Тема 4. Экономические процессы создания нового СМИ

Вопросы для опроса:

Вопрос 1. Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта.

Вопрос 2. Создание модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности.

Вопрос 3. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ. Положение об учетной политике на медиа-предприятии.

Вопрос 1. Система контроля над исполнением бизнес плана. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиакомпаний.

Вопрос 4. Создание экономико-финансового алгоритма работы предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячного, ежеквартального, полугодового, годового.

Вопрос 5. Система производственных совещаний. Система документооборота. Система рабочих планов сотрудников и отчетов по ним.

Вопрос 6. Система продвижения на рынок. Система диверсификации деятельности медиапредприятия.

Контрольные задания:

1. Сформулируйте определение понятий: «финансовый коллектив», «управленческий коллектив», «диверсификация», «учетная политика», «капитал»

2. Дайте краткую характеристику процесса создания модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности.

Тема 5. Производственно-технические процессы создания нового СМИ

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Создание технического коллектива СМИ. Определение технической платформы постановки учета на предприятии.

Вопрос 2. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов. Преимущества и недостатки программ.

Вопрос 3. Создание контент-формата в зависимости от типа медиапроекта: содержательная, дизайнерская, визуальная, аудиальная модели.

Вопрос 4. Создание корпоративной электронной системы управления СМИ.

Вопрос 5. Создание выпускающей бригады (группы), определение ее состава и компетенции. Выстраивание отношений с техническими службами при производстве медиапродукта.

Вопрос 6. Создание и диверсификация интернет-версии медиапроекта. Улучшение качества распространения и вещания.

Вопрос 7. Создание резервных способов доставки сигнала, максимизация аудитории, точечное расширение.

Проектное задание

Провести анализ медиарынка Санкт-Петербурга (результаты внести в сводную таблицу, шаблон таблицы студент разрабатывает самостоятельно).

Разработать и обосновать экономическую модель медиа предприятия.

Разработать и обосновать модель организации медиа бизнеса.

Контрольные задания:

1. Сформулируйте определение понятий: «технический коллектив»,

«корпоративная электронная система управления», «качество вещания»

2. Дайте краткую характеристику создания контент-формата в зависимости от типа медиапроекта.

Тема 6. Творческие процессы создания нового СМИ

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Создание творческого коллектива медиапроекта. Уточнение формата в зависимости от типа СМИ.

Вопрос 2. Оформление формата медиапроекта во внутрифирменный документ.

Вопрос 3. Создание системы перспективного планирование деятельности медиа-проекта (планирование номера, программного контента, сетки вещания).

Вопрос 4. Создание системы взаимодействия с коммерческой службой. Участие в профессиональных выставках и конференциях.

Вопрос 5. Инструменты повышения доверия к медиапроекту как СМИ. Редакционные ноу-хау. Специальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проектов/линеек.

Вопрос 6. Развитие программных продуктов. Роль личности медиаменеджера в выведении медиапроекта на рынок. Интернет как инструмент продвижения СМИ на рынке, как свидетельство современности издания.

Темы для доклада:

1. Анализ факторов внутренней среды медиапредприятия
2. Анализ факторов внешней среды медиапредприятия.
3. Формирование и продвижение СЗБ (стратегических зон бизнеса) медиапредприятия
4. Модель медиаорганизации. Основные особенности наиболее распространенных моделей.
5. Финансовое состояние рынка. Платежеспособность населения, тираж, вхождение в сети дистрибуции.
6. Конкурентная среда на медиарынке. Ценовая конкуренция между изданиями и стоимостью размещения рекламы. Платные подписки, системы скидок и бонусов.
7. Налогообложение и отчетность в медиаиндустрии.
8. Организационные формы СМИ. Экономические формы давления на СМИ.
9. Структура рынка СМИ. Конкуренция, монополия, сговор.
10. Зонтичная конкуренция и зонтичные бренды на рынке СМИ.

Проектное задание:

Выбрать три телевизионных ролика / три радио ролика/ интернет ролика и др. (по усмотрению магистранта), рекламирующих продукцию одной товарной категории, и проанализировать их с помощью следующих вопросов (образцы приложить к заданию в виде презентационного материала): 1. цель рекламы; 2. целевая аудитория; 3. что обещает реклама; 4. чем поддерживается обещание; 5. какие творческие приемы использовались; 6. каковы достоинства и недостатки рекламы. Разработайте предложения по оптимизации рекламного материала (представить на защиту задания презентационный материал). Требования к заданию: Презентация – 20-22 файла. Ссылка на используемые источники информации обязательна. Работа сдается преподавателю и оценивается дифференцированно.

Контрольные задания:

- 1. Сформулируйте определение понятий: «программный продукт», «медиаменеджер», «формат СМИ»*
- 2. Дайте краткую характеристику создания системы перспективного планирование деятельности медиа-проекта.*

Тема 7. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпании

Вопросы для устного опроса:

Вопрос 1. Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиапредприятия.

Вопрос 2. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание).

Вопрос 3. Подготовка организации к введению процедур регулярного менеджмента: определение центров финансовой ответственности (ЦФО), определение центров бюджетирования (ЦБ), постановка системы бухгалтерского и административного учета, разработка и внедрение документооборота и системы контроля за исполнением решений и поручений.

Вопрос 4. Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности медиакомпаний.

Тематика для докладов

1. Зонтичная конкуренция и зонтичные бренды на рынке СМИ.
2. Издержки в медиаиндустрии.
3. Экономические стратегии СМИ.
4. Организация независимого внутреннего цикла в медиабизнесе. Сетевая организация медиабизнеса.
5. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ, экономическая медиаполитика государств.

6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
7. Географический рынок СМИ.
8. Конкуренция СМИ на рынке содержания.
9. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени.
10. Конкуренция СМИ на рекламном рынке.
11. Типы рекламы в СМИ.
12. Медиапланирование.

Контрольные задания:

1. Сформулируйте определение понятий: «центр финансовой ответственности», «бухгалтерская отчетность», «административный учет»
2. Дайте краткую характеристику процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиапредприятия.

Тема 8. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпании

Вопросы для устного опроса:

- Вопрос 1.* Модели организации телевизионной индустрии.
- Вопрос 2.* Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии.
- Вопрос 3.* Технологии распространения телесигнала. Экономические особенности телеиндустрии.
- Вопрос 4.* Источники доходов в телевизионной индустрии.
- Вопрос 5.* Стратегии конкурентоспособного программирования. Экономические и организационные особенности телесетей.
- Вопрос 6.* Производство телепрограмм как сектор индустрии. Коммерческое и общественное ТВ на современном медиарынке.
- Вопрос 7.* Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран. Финансирование и организация общественного телевидения.
- Вопрос 8.* Модели общественного вещания в развитых странах

Тематика для докладов:

1. Издержки в медиаиндустрии.
2. Современные рыночные стратегии предприятий СМИ.
3. Спрос и предложение в медиаэкономике.
4. Парадокс разнообразия в СМИ.
5. Экономическая медиаполитика государств.

Проектное задание:

Выбрать 4 примера рекламы, размещенной на разных медиаресурсах (радио, телевидение, интернет и др. Согласно ключевым направлениям исследований в медиаиндустрии: 1. определить вид рекламы; 2. проанализировать аудиторию рекламируемого товара/услуги/идеи; 3. используя предложенную информацию, обозначить плюсы и минусы

содержания выбранного рекламного сообщения (рекламы) и соответствие медиаресурсу и медиасредствам распространения рекламы (радио, телевидение, интернет и др.).

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

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

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

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

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

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

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2, Тема 3

Доклад:

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал».
3. Жизненный цикл медиапродукта.
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал».
5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.

8. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа.
9. СМИ индивидуального и коллективного потребления.
10. Глобализация и глокализация.
11. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала.
12. Формы собственности на рынке СМИ.
13. Типы концентрации СМИ. Кластеризация.
14. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
15. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ.
16. Транспарентность СМИ.
17. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ.

КТ – 2.

Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7, Тема 8

Доклад:

1. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ.
2. Рынок покупателей информации.
3. Регулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес.
4. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений.
5. Система государственной поддержки СМИ в России.
6. Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта.
7. Создание модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности.
8. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ.
9. Положение об учетной политике на медиа-предприятии.
10. Система контроля над исполнением бизнес-плана.
11. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиакомпаний. Создание экономико-финансового алгоритма работы предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячного, ежеквартального, полугодового, годового.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1.Критерии оценивания устного ответа:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	100	

2.Критерии оценивания проектного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Актуальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание актуальности проекта с учетом специфики тематики проекта, востребованности в обществе, социальной и информационной значимости, раскрыта уникальность и практико-применимость</i>
<i>Обоснование</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное подробное обоснование проекта с точки зрения значимости планируемых результатов</i>
<i>Календарный график</i>	<i>0-20</i>	<i>Четкий, логичный график выполнения этапов проекта с обозначением конкретных дат и объемов выполняемых работ на каждом этапе; обозначение ответственных с ролями и функционалом</i>
<i>Обоснование</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность</i>

<i>результативности</i>		<i>изложения представленных обоснований по каждому заявленному результату, логические связи между заявленными результатами, аргументы подтверждают выводы</i>
Итого максимально:	60	

3. Критерии оценивания доклада:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>14-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами</i>
	<i>7-13</i>	<i>Поверхностное описание без конкретных примеров</i>
	<i>0-6</i>	<i>Тема раскрыта минимально или не раскрыта вовсе</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>14-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
	<i>7-13</i>	<i>Правила грамматики, орфографии и пунктуации соблюдены частично, но они не влияют на понимание текста</i>
	<i>0-6</i>	<i>Многочисленные ошибки, затрудняющие восприятие текста</i>
<i>Стилистика</i>	<i>14-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
	<i>7-13</i>	<i>Стиль изложения в целом единый, но есть отдельные нарушения лаконичности или точности формулировок</i>
	<i>0-6</i>	<i>Несоответствие стиля теме, размытые формулировки, избыточность текста</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>14-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
	<i>7-13</i>	<i>Есть небольшие нарушения логики изложения, некоторые аргументы слабо связаны с выводами</i>
	<i>0-6</i>	<i>Нарушена последовательность</i>

		<i>изложения, отсутствует логическая связь между частями текста</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>14-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
	<i>7-13</i>	<i>Частично оригинальные идеи, но присутствуют элементы шаблонного мышления</i>
	<i>0-6</i>	<i>Отсутствие оригинальности, использование шаблонных решений и подходов</i>
Итого максимально:	100	

3. Критерии оценивания контрольного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>14-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех определений, полноценная краткая характеристика вопроса с конкретными примерами</i>
	<i>7-13</i>	<i>Поверхностное описание без конкретных примеров</i>
	<i>0-6</i>	<i>Тема раскрыта минимально или не раскрыта вовсе</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>14-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
	<i>7-13</i>	<i>Правила грамматики, орфографии и пунктуации соблюдены частично, но они не влияют на понимание текста</i>
	<i>0-6</i>	<i>Многочисленные ошибки, затрудняющие восприятие текста</i>
<i>Стилистика</i>	<i>14-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
	<i>7-13</i>	<i>Стиль изложения в целом единый, но есть отдельные нарушения лаконичности или точности формулировок</i>
	<i>0-6</i>	<i>Несоответствие стиля теме, размытые формулировки,</i>

		<i>избыточность текста</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>14-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
	<i>7-13</i>	<i>Есть небольшие нарушения логики изложения, некоторые аргументы слабо связаны с выводами</i>
	<i>0-6</i>	<i>Нарушена последовательность изложения, отсутствует логическая связь между частями текста</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>14-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
	<i>7-13</i>	<i>Частично оригинальные идеи, но присутствуют элементы шаблонного мышления</i>
	<i>0-6</i>	<i>Отсутствие оригинальности, использование шаблонных решений и подходов</i>
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется

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

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамена.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие медиаиндустрии.
2. Информация как основа медиаиндустрии.

3. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества.
4. Институциональная основа индустрии СМИ.
5. Структура рынка информационной продукции и услуг.
6. Печатные и аудиовизуальные СМИ, информационные интернет-проекты.
7. Инвестиционные возможности на информационном рынке.
8. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ.
9. Рынок покупателей информации.
10. Регулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес.
11. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений.
12. Система государственной поддержки СМИ в России.
13. Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта.
14. Создание модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности.
15. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ.
16. Положение об учетной политике на медиа-предприятии.
17. Система контроля над исполнением бизнес-плана.
18. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиакомпания. Создание экономико-финансового алгоритма работы предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячного, ежеквартального, полугодового, годового.
19. Система производственных совещаний.
20. Система документооборота.
21. Система рабочих планов сотрудников и отчетов по ним.
22. Система продвижения на рынок.
23. Система диверсификации деятельности медиапредприятия.
24. Определение понятия «финансовая политика».
25. Инструментарий финансовой политики: бюджетирование, финансовый анализ, менеджмент привлечения заемных средств, менеджмент размещения временно свободных средств, инвестиционный менеджмент, эмиссия, факторинг, лизинг, страхование и другие инструменты.
26. Особенности финансовой политики медиапредприятия.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации

Тема 1 – Тема 3. (ОПК-5.1.)

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа:	Какой из следующих терминов лучше всего описывает явление, когда одна компания контролирует несколько стадий производства, начиная с создания контента и заканчивая его распространением? 1.Вертикальная интеграция 2.Горизонтальная интеграция 3.Рыночная дифференциация 4.Медийная конвергенция
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа:	Какой экономический термин описывает ситуацию, когда предложение рекламных площадей превышает спрос на них, что может привести к снижению стоимости рекламы? 1.Эластичность спроса 2.Инфляция медиа 3.Перегрузка рекламы 4.Коллективное воздействие
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и его содержание:	1. Фримимум 2. Медийный поток 3. Медийная реклама А. бизнес-модель, при которой продукт имеет бесплатную версию с ограничениями и полноценную платную версию Б. специализированная организация, которая собирает и распространяет новости в текстовой, цифровой и аудиовизуальной форме В. сфера распространения системной информации за пределами
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и его содержание:	1) ARh2U а) сбор и изучение информации о рекламных каналах, аудитории и её реакции на рекламное сообщение 2) Медиаметрия б) специальный сайт или раздел на сайте с контентом на определенную тему, который регулярно обновляется 3) Блог в) доход на одного пользователя.

Тема 4 – Тема 8. (ОПК-5.2.)

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	1. Медиабизнес 2. Медиаэкономика 3. Оптимизация бюджета А. экономическая дисциплина, которая занимается изучением СМИ как отдельной отрасли рыночной экономики, а также условий и элементов

		медиапроизводства Б. бизнес, построенный на производстве и продаже (распространении) всевозможного информационного контента В. процесс анализа расходов и определения приоритетов
Закрытое (на сопоставление)	Сопоставьте понятие и его содержание:	1. Рейтинговая система 2. Медиапотребление 3. Интегрированная медийная стратегия А. набор используемых информационных или развлекательных СМИ одним человеком или группой людей Б. оценка и ранжирование популярности медиа В. компания размещает свою рекламу в различных типах медиа для достижения максимального охвата аудитории
Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение:	тип дохода является основным источником для традиционных медийных компаний, таких как телевидение и радио – это...
Открытое (на дополнение)	Дополните утверждение:	конверсия в контексте медиапродуктов представляет собой..... выполнивших целевое действие, к общему числу посетителей
Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой	бренд-интеграция
Открытое (с развернутым ответом)	Дайте развернутый ответ, что представляет собой	создание контента

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

Критерии и балльная шкала определяются преподавателем

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>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, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент 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. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>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</i>	20-29

<p>умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</p>	
<p>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. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</p>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Дополнительных материалов и оборудования не требуется

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 — вид самостоятельной научно — исследовательской работы, в которой автор раскрывает суть исследуемой проблемы; приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Требования к оформлению письменного доклада:

Доклад состоит из нескольких основных частей: титульный лист, оглавление (в нем последовательно указываются названия пунктов доклада, указываются страницы, с которых начинается каждый пункт), введение (формулируется суть исследуемой проблемы, обосновывается выбор темы, определяются ее значимость и актуальность, указываются цель и задачи доклада, дается характеристика используемой литературы), основная часть (каждый раздел ее доказательно раскрывает исследуемый вопрос),

заключение (подводятся итоги или делается обобщенный вывод по теме доклада), список литературы.

Список литературы составляется в алфавитном порядке в конце реферата по определенным правилам:

- Описание книг (*Автор(ы). Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. — Страницы*);
- Описание сборников (*Заглавие. — Место издания: Издательство, год издания. — Страницы*);
- Описание статей (*Автор(ы). Заглавие //Название журнала (газеты). — Год. — Номер. — Страницы статьи*);
- Ссылки на интернет источники

Технические требования при написания доклада: Формат – rtf, doc, (odt). Текст доклада должен быть подготовлен с использованием шрифта Times New Roman. Объем доклада не должен превышать 5 страниц А4 (210 мм x 297 мм, левое поле 21 мм, верхнее поле 20 мм, правое поле 21 мм, нижнее поле 20 мм), включая рисунки, таблицы, ссылки. Название доклада – размер шрифта 16 пт, полужирный, заглавные буквы, выравнивание по центру, одинарный интервал. Текст доклада набирается шрифтом, размером 14 пт, с полуторным интервалом. Список литературы (12 пт) нумеруется, и номера ссылок приводятся в тексте в квадратных скобках.

Общие требования к оформлению презентации: Формат – ppt (ppts). Презентация не должна быть меньше 10 слайдов. Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: тема; фамилия, имя, отчество автора.

Следующим слайдом должно быть содержание, где представлены основные моменты презентации. Желательно, чтобы из содержания по гиперссылке можно перейти на необходимую страницу и вернуться вновь на содержание.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. Последними слайдами презентации должны быть глоссарий и список литературы.

Проектное задание. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят проект по одной из тем дисциплины. По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях № 3-4. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Нуралиев, С. У. Экономика : учебник / С.У. Нуралиев, Д.С. Нуралиева. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2023. — 363 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). — DOI 10.12737/textbook_5bd81853316653.78553045. - ISBN 978-5-16-014578-5. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1897977>
2. Сергеев И.В. Экономика предприятия. – М.: Юрайт, 2021. – <https://biblioonline.ru/book/BB2A6183-7BD3-43CE-A375-03D7AA775278>
3. Якобсон Л.И. Экономика общественного сектора. – М.: Юрайт, 2021. – <https://biblioonline.ru/book/B9731309-0FA0-4106-8042-62A3BF15D320>

8.2. Дополнительная литература

1. Кузнецова Г.В. Россия в системе международных экономических отношений. – М.: Юрайт, 2016. – <https://biblio-online.ru/book/A2946AED-6008-47B0-944D-763309A6B464>
2. Микроэкономика: Практический подход. Учебник для вузов / под ред. Грязновой А.Г., Юданова А.Ю. – 3-е, стереотип. – М.: "КноРус", 2014. – http://e.lanbook.com/books/element.php?pl1_id=53478
3. Розанова Н.М. Теория отраслевых рынков. – М.: Юрайт, 2016. – ЧАСТЬ 1: <https://biblio-online.ru/book/16901DA3-05A7-4E0F-9696-046F63EBBF60>
ЧАСТЬ 2: <https://biblio-online.ru/book/1716C06A-DC37-403D-BAEF-EC8B05E26FD2>

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

8.4 Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

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

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point 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).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами

3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.
----	---