

Автономная некоммерческая организация высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

---

*Кафедра юриспруденции*

Рабочая программа дисциплины

**Экономика средств массовой информации**

<i>Направление подготовки</i>	Журналистика
<i>Код</i>	42.03.02
<i>Направленность (профиль)</i>	Журналистика средств массовой информации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва  
2019 г.

**1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы**

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК-1
Общепрофессиональные	Медиакоммуникационная система	ОПК-5

**2. Компетенции и индикаторы их достижения**

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	<p><b>Необходимые знания (УК-1 НЗ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- виды задач по различным видам запросов;</li> <li>- возможные варианты решения поставленной задачи;</li> </ul> <p><b>Необходимые умения (УК-1 НУ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;</li> <li>- определять, интерпретировать и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи;</li> <li>- осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</li> <li>- при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения;</li> <li>- рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;</li> </ul> <p><b>Необходимые навыки (УК-1 НН):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач</li> </ul>
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из	<p><b>Необходимые знания (ОПК-5 НЗ):</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</li> <li>- политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;</li> </ul> <p><b>Необходимые умения (ОПК-5 НУ):</b></p>

	<p>политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p>	<p>- выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования;</p> <p>- учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;</p> <p><b>Необходимые навыки (ОПК-5 НН):</b></p> <p>- 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</p>
--	---	---

### **3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине и критериев оценки результатов обучения по дисциплине**

#### **3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине**

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код индикатора достижения компетенции	УК-1НЗ	УК-1НУ	УК-1НН
	<p>- виды задач по различным видам запросов;</p> <p>- возможные варианты решения поставленной задачи;</p>	<p>- анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие;</p> <p>- определять, интерпретировать и ранжировать информацию, требуемую для решения поставленной задачи;</p> <p>- осуществлять поиск информации для решения поставленной задачи по различным типам запросов;</p> <p>- при обработке информации отличать факты от мнений, интерпретаций, оценок, формировать</p>	<p>- осуществлять поиск, критический анализ информации, применять системный подход для решения поставленных задач</p>

		собственные мнения и суждения, аргументировать свои выводы и точку зрения; - рассматривать и предлагать возможные варианты решения поставленной задачи, оценивая их достоинства и недостатки;	
Код индикатора достижения компетенции	ОПК-5НЗ	ОПК-5НУ	ОПК-5НН
	- тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира; - политические и экономические механизмы функционирования, правовые и этические нормы регулирования региона, страны и мира;	- выявлять тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования; - учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира;	- 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

#### ***4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы***

Дисциплина «Экономика средств массовой информации» относится к базовой части учебного плана ОПОП. Она изучается после дисциплин «История», «Правоведение», «Информационная культура и информатика».

Дисциплина находится в логической и содержательно-методической взаимосвязи с другими частями ОП и изучается параллельно с такими дисциплинами, как: «Основы журналистской деятельности», «Социальные медиа», «Новостная журналистика».

Освоение дисциплины «Экономика средств массовой информации» является необходимой основой для изучения последующих дисциплин: «Основы теории журналистики», «Основы теории коммуникации», «Маркетинг в средствах массовой информации», «Менеджмент средств массовой информации», «Политическая и экономическая география».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский, проектный, маркетинговый, организационный, социально-просветительский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации).

### 5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>
	<i>Заочная</i>
<b>Общая трудоемкость:</b> зачетные единицы/часы	144 (4 ЗЕТ)
<b>Контактная работа:</b>	6
Занятия лекционного типа	2
Занятия семинарского типа	4
Промежуточная аттестация: <b>Зачет с оценкой</b>	4
<b>Самостоятельная работа (СРС)</b>	134

### 6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

#### 6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

##### 6.1.1. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самост. работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		<i>Лекции</i>	<i>Иные учеб. занятия</i>	<i>Практические занятия</i>	<i>Семинары</i>	<i>Лабораторные раб.</i>	<i>Иные учебные занятия</i>	
1	Формирование медиа-индустрии							12
2	Экономические процессы создания нового СМИ							16
3	Производственно-технические процессы создания нового СМИ							16
4	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях							16
5	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	0,5		1				16

6	Экономика медиа-предприятия	0,5		1				16
7	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	0,5		1				14
8	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	0,5		1				14
	Промежуточная аттестация						4	
	Всего						144	

## 6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

### 6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1	Формирование медиа-индустрии	Понятие медиа-индустрии. Информация как основа медиа-индустрии. 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.
2	Экономические процессы создания нового СМИ	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 бизнес-плана. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиа-компании. 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 медиа-предприятия.
3	Производственно-технические	Создание технического коллектива СМИ. Определение технической платформы постановки учета на

	процессы создания нового СМИ	предприятия. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов. Преимущества и недостатки программ. Создания контент-формата в зависимости от типа медиа-проекта: 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 медиа-продукта. Создание и диверсификация интернет-версии медиа-проекта. Улучшение качества распространения и вещания. Создание резервных способов доставки сигнала, максимизация аудитории, точечное расширение.
4	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компани	Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиа-предприятия. 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 медиа-компани.
5	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	Основные типы структур – организационно-функциональная и дивизиональная. Особенности дивизиональной структуры, ее преимущества перед остальными в условиях рынка. Структура предприятия, издающего СМИ как монопродукт. Структура предприятия, издающего СМИ в ряду других видов деятельности. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административная, правовая, техническая, творческая и менеджерская. Внутренние нормативные документы, определяющие структуру предприятия и правила взаимодействия между ее составляющими и сотрудниками: положение о структуре медиа-компани, положения о подразделениях, типовые должностные инструкции, типовый трудовой договор, положение об оплате труда, ряд иных положений внутреннего характера
6	Экономика медиа-предприятия	Экономика медиа-предприятия. Определение понятия «экономика предприятия». Понятие себестоимости. Единицы продукции на медиа-предприятиях разного типа. Создание программы снижения себестоимости единицы продукции: снижение издержек на систему закупок, на производство медиа-контента, повышение результативности работы коммерческой службы, повышение производительности труда персонала. Резервы снижения себестоимости. Себестоимость

		единицы продукции как индикатор конкурентоспособности медиа-компании. Оптимизация всех видов расходов: как операционных, так и инвестиционных.
7	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	Определение понятия «учет». Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия. Управленческий учет как база для принятия административных решений. Учетная политика как фактор управления себестоимостью, как фактор конкурентоспособности. Бюджет предприятия, инструменты его исполнения. Бюджетирование как регулярный процесс. Создание системы управления бюджетом. Создание форм ежедневного управления бюджетом. Отчетность медиа-предприятия. Особенности налогообложения СМИ. Программы автоматизации учета на медиа-предприятии.
8	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	Определение понятия «бизнес-план». Типология бизнес-планов. Программные инструменты создания бизнес-планов. Структура бизнес-плана. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления. Бизнес-план как инструмент диверсификации деятельности медиа-компании. Бизнес-план как инструмент привлечения инвестиций. Бизнес-планирование как инструмент определения стратегии предприятия в среднесрочной и долгосрочной перспективе.

#### 6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практических занятий
1	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	Практическое занятие 5. 1. Тест по вопросам темы. 2. Опрос по теме. 3. Решение задач по теме.
2	Экономика медиа-предприятия	Практическое занятие 6. 1. Тест по вопросам темы. 2. Опрос по теме. 3. Решение задач по теме.
3	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	Практическое занятие 7. 1. Тест по вопросам темы. 2. Опрос по теме. 3. Решение задач по теме.
4	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	Практическое занятие 8. 1. Тест по вопросам темы. 2. Опрос по теме. 3. Решение задач по теме. 4. Разбор кейса

#### 6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела)	Содержание самостоятельной работы
-------	-----------------------------	-----------------------------------



	<b>дисциплины</b>	
1	<b>Тема 1</b> Формирование медиа-индустрии	Понятие медиа-индустрии. Информация как основа медиа-индустрии. 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.
2	<b>Тема 2</b> Экономические процессы создания нового СМИ	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 бизнес-плана. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиа-компании. 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 медиа-предприятия.
3	<b>Тема 3</b> Производственно-технические процессы создания нового СМИ	Создание технического коллектива СМИ. Определение технической платформы постановки учета на предприятии. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов. Преимущества и недостатки программ. Создания контент-формата в зависимости от типа медиа-проекта: 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 медиа-продукта. Создание и диверсификация интернет-версии медиа-проекта. Улучшение качества распространения и вещания. Создание резервных способов доставки сигнала, максимизация аудитории, точечное расширение.
4	<b>Тема 4</b>	Процедуры регулярного менеджмента в организации как

	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании	система организации деятельности медиа-предприятия. 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 медиа-компаний.
--	--	--

**7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)**

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ.

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

**7.1 Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)**

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Код контролируемой компетенции	Наименование оценочного средства
1	Формирование медиа-индустрии	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование
2	Экономические процессы создания нового СМИ	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование
3	Производственно-технические процессы создания нового СМИ	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование
4	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование
5	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование

6	Экономика медиа-предприятия	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование
7	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование
8	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	ОПК-5, УК-1	Проблемные задачи, ситуационные задачи, тестирование

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

### Типовые ситуационные задачи

1. Функция спроса на товар задана уравнением  $Q_d = 50 - 2P$ . Найдите дуговую эластичность спроса по цене при ее снижении с 10 до 8 рублей.

2. В результате роста цены на товар А с 2000 до 2500 руб. спрос на товар В повысился с 1000 до 1050 шт. Определить, являются данные товары взаимозаменяемыми, взаимодополняемыми или нейтральными.

3. Эластичность спроса на товар по цене равна 0,8, а эластичность спроса по доходу составляет 0,6. Как изменится объем спроса на товар, если доходы снизятся на 4%, а цена товара уменьшится на 5%?

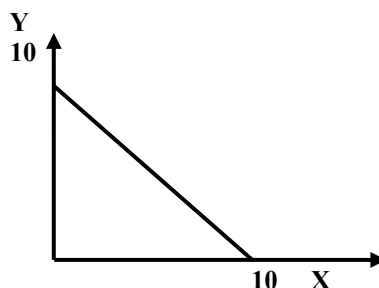
4. Функция спроса на товар задана уравнением  $Q_d = 90 - 6P$ , а функция предложения –  $Q_s = 10 + 4P$ . Найти излишек потребителя.

5. Заполните пропуски в таблице.

Кол-во товара	А		В		С	
	MU	TU	MU	TU	MU	TU
1	90			54		66
2	70			94	20	
3	50			106		96
4	30			114	4	

6. Дана бюджетная линия потребителя с доходом 200 ед.

Найти уравнение бюджетной линии.



7. Фирма увеличивает применяемый капитал со 160 до 320 ед., используемый труд с 50 до 100 ед. Выпуск продукции при этом увеличился с 300 до 700 ед. Какой эффект роста масштаба производства имеет место в данной ситуации?

8. Заполнить таблицу.

Кол-во труда	Общий продукт, TP	Средний продукт, AP	Предельный продукт, MP
4		400	

5	2000		
6			400
7	2800		

9. Дана производственная функция  $Q = 4L^{0.5} \cdot K$ , где  $L$  – кол-во ч труда,  $K$  – кол-во ч работы машины. В день затрачивается 4 ч труда и 4 ч работы машин. Найти количество выпущенной продукции. Определить, каков будет этот объем, если цех удвоил затраты обоих ресурсов.

10. Производственная функция определяется уравнением  $Q = 100 + 12K^2 + 15L$ , где  $K$  – количество капитала, а  $L$  – количество труда. Найти предельный продукт капитала.

### Типовые проблемные задачи (кейсы)

#### Кейс № 1.

15 сентября 2005 г. в программе «Время» диктором телеканала ОРТ в 15.10 сообщалась следующая информация о финансовом положении производителей зерна: «Прибыль от продажи зерна не покрывает расходы на горючее»; в 21.00 то же сообщение предлагалось слушателям в такой редакции: «Прибыль не успевает за расходами на горючее».

Вопрос: Почему используемые в программе ОРТ формулировки являются неверными? Как взаимосвязаны выручка, затраты и прибыль производителей? Какое высказывание о финансовом положении производителей зерна было бы корректным? Какой вывод о прибыли производителей можно сделать на основе корректно приводимых данных о финансовом положении производителей зерна?

#### Кейс № 2.

##### Экономическое положение фирмы "Опт"

(Примечание: Все показатели даны в долларах, чтобы устранить влияние инфляции)

Владелец предпринимательской фирмы "Опт" Кузьмин Федор Иванович пригласил Вас в качестве эксперта для анализа положения его фирмы на продовольственном рынке по итогам 2005 г. Раньше он работал управляющим торгового отдела продовольственных товаров крупной компании "Мак и К<sup>0</sup>" и, хотя был вполне доволен своей работой и зарплатой в 10 тыс. долл. в год, все же решил попробовать себя в бизнесе и организовать собственное дело.

Хотя дела фирмы идут нормально, Федор Иванович чувствует какую-то неуверенность в своем бизнесе. Он не может четко сформулировать, что именно его беспокоит. Это заставило его пригласить эксперта для оценки экономического положения фирмы и ее перспектив. Федор Иванович готов заплатить за экспертизу 1 тыс. долл. и очень надеется на рекомендации. Его интересуют также прогноз продуктового рынка в целом и перспективы его собственной фирмы на ближайшие год-два, поскольку с начала будущего года, как заявлено официально, будут повышены пошлины (на 5-6%) на импортное продовольствие.

Ваше знакомство с фирмой началось с ее рекламы: "Мы продаем высококачественные импортные продовольственные товары. Возможно, наши цены покажутся Вам высокими, но наше качество гораздо выше. Мы работаем для Вас 50 недель в году! Ждем Вас каждый день со вторника по субботу включительно".

Штат фирмы "Опт" невелик. Фирма нанимает двух менеджеров (с заработной платой 100 долл. в неделю), трех продавцов (50 долл. в неделю), одного грузчика (20 долл. в неделю), арендует торговое помещение и платит за аренду 10 тыс. долл. в год. У фирмы есть автопогрузчик стоимостью 17 500 долл., рассчитанный на пять лет службы. Фирма заплатила за лицензию на право торговли в течение одного года 2300 долл. Оплата уборки территории и охрана стоили 700 долл. в год. На закупку товаров в течение года было

затрачено 60 500 долл. В 2002 г. Фирма "Опт" реализовала продукции на 119 тыс. долл.

Для оборота товаров Федору Ивановичу необходимо 100 тыс. долл. Поскольку собственного капитала ему недостаточно, пришлось воспользоваться банковским кредитом, предоставленным ему на три года в размере 20 000 долл. под 20% годовых. Он рассчитывал на некоторую скидку с процента, так как на частные вклады выплачивается на 5% меньше. Но в банке ему сказали, что, несмотря на тенденцию роста доходов населения в последнее время, банковская маржа все же мала и не позволяет пока предоставить клиентам скидки на долгосрочный кредит.

В течение всего года интенсивность рыночного спроса на данном рынке велика. В субботу, когда наплыв покупателей максимален, Федору Ивановичу самому приходится становиться за прилавком, поскольку продавцы не справляются с работой. Он уже подумывает о расширении своего бизнеса, но не решается сделать это без заключения эксперта.

Вопросы для обсуждения:

1. Оцените экономическое положение фирмы. Что можно сказать о рентабельности фирмы "Опт"?
2. Стоит ли Федору Ивановичу продолжать, закрывать или расширять свой бизнес? Чем, по вашему мнению, вызвано его беспокойство?
3. Какой прогноз для фирмы можно сделать, учитывая только отмеченные в ситуации обстоятельства?
4. Примет ли предприниматель другое решение, если учесть ближайшую перспективу изменений в российском налоговом законодательстве в сторону снижения налогов на бизнес?

Кейс № 3.

В информационной программе «Сегодня», журналист телеканала НТВ в репортаже о состоянии мирового рынка нефти говорил о том, что в результате роста мировых цен на нефть следует ожидать падения мирового спроса на этот ресурс.

Вопрос: Что видится некорректным в высказывании журналиста? Как правильно формулировать утверждение о последствиях для мирового рынка повышения цены на нефть?

### **Типовые проблемно-аналитические задания**

#### **ЗАДАНИЕ № 1.**

Заполните количество редакционных и рекламных полос в каждом из номеров в планируемом соотношении, которое должно быть приближено к оптимальной реальности на медиа-рынке и соответствовать ограничениям законодательства.

#### **ЗАДАНИЕ № 2.**

Распределите рекламные полосы в соответствующем процентном соотношении по субъектам рекламного рынка (агентства и собственная коммерческая служба), исходя из плановых показателей привлечения рекламы агентствами в объеме 20-25% в каждом номере. Распределите «неденежные» рекламные полосы («Бартер», «Информационный бартер», «Самореклама», «Бесплатное размещение») в соответствии с плановыми показателями для них в пределах 1-4 полосы в каждом номере.

#### **ЗАДАНИЕ № 3.**

Рассчитайте доходы от привлечения рекламы по группам «Денежные доходы», «Бартер» и «Информационный бартер» исходя из постоянной стоимости 1 полосы в 63 000 рублей.

#### ЗАДАНИЕ № 4.

Рассчитайте доходы от рекламы, привлеченные агентствами и собственной коммерческой службой по каждому номеру и году в целом.

#### ЗАДАНИЕ № 5.

Рассчитайте финансовую базу для расчета комиссий агентствам и комиссий (премий) коммерческой службе. Рассчитайте сумму выплачиваемых комиссий по каждому номеру, исходя из ставки агентствам в размере 15%, а ставки коммерческой службе 5%.

#### ЗАДАНИЕ № 6.

Распределите плановую максимальную годовую сумму общих рекламных расходов в размере 250000 рублей по месяцам года следующие виды рекламных расходов в процентном соотношении: «Командировки» (70 %), «Представительские расходы» (10 %), «Подарки клиентам» (10 %), «Компенсация расходов на деловые переговоры по мобильной связи» (10 %). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

#### ЗАДАНИЕ № 7.

Распределите отгрузку планируемого тиража издания для каждого номера в процентном соотношении по следующим каналам распространения тиража: «Розница Москва» (1%), «Розница Регионы» (85 %), «Подписка» (10 %), «Бесплатный промо-тираж» (3 %) и «Бесплатная рассылка» (1 %).

#### ЗАДАНИЕ № 8.

Распределите розничные продажи отгруженного тиража по номерам года: «Розница Москва» – 75 % реализации отгрузки, «Розница Регионы» – 70 %.

#### ЗАДАНИЕ № 9.

Рассчитайте выручку от реализации тиража по каждому их номеров и по каждому каналу реализации («Розничные торговые сети», «Подписка») при установленной цене реализации одного экземпляра: «Розница Москва» – 75 рублей, «Розница Регионы» – 50 рублей, «Подписка» – 35 рублей.

#### ЗАДАНИЕ № 10.

Рассчитайте расходы «Экспедирование» и расходы «Присутствие в сети» исходя их стоимости доставки (экспедирования) 1 экземпляра издания в 1 рубля и стоимости присутствия в сети 1 экземпляра издания в 2 рубля.

#### ЗАДАНИЕ № 11.

Распределите плановую максимальную годовую сумму расходов на продвижение в сетях в размере 150 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Продвижение в сетях» (72%), «Приоритетная выкладка» (20%), «Включение в подписной каталог» (3%), «Почтовая рассылка бесплатных номеров» (5%). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

### Типовые тесты

1. Экономическая теория – наука: а) об основах хозяйственной жизни общества; б) о природе; в) об управлении; г) о финансовых отношениях.

2. Научная абстракция – метод: а) умозаключений, основанный на обобщении фактов; б) основанный на оценочных суждениях относительно того, какой должна быть экономика; в) научного познания, заключающийся в переходе от общего к частному; г) исследования объектов, состоящий в отвлечении от случайных, временных черт и связей.

3. Общие экономические законы действуют: а) во всех социально-экономических системах; б) в одной социально-экономической системе; в) в нескольких социально-экономических системах; г) только в условиях рыночного хозяйства.

4. Блага, находящиеся в ограниченном количестве, называются: а) потребительскими; б) экономическими; в) свободными; г) частными.

5. К взаимодополняемым благам относятся: а) молоко и кефир; б) чай и сахар; в) картофель и макароны; г) яблоки и груши.

6. Факторы производства – это: а) запасы, источники, возможности, средства, необходимые для производства; б) совокупность ресурсов при их полном и эффективном использовании на основе данной технологии; в) ресурсы, вовлеченные в процесс производства; г) совокупность ценностей общества.

7. Общей чертой, характерной для традиционной и командной экономики является: а) ограниченная роль товарного производства; б) централизованное планирование; в) отсутствие наемного труда; г) отсутствие частной собственности.

8. Общественно-необходимые затраты труда – это: а) наименьшие затраты труда на единицу продукции; б) наибольшие затраты труда на единицу продукции; в) общие затраты труда; г) затраты труда, при которых произведена основная масса данной продукции.

9. В постиндустриальном обществе особо значима сфера: а) производства; б) обращения; в) услуг; г) сельского хозяйства.

10. Распоряжение – это: а) начальная форма собственности, отражающая документальное закрепление субъекта собственности, его право на обладание благом; б) применение объекта собственности в соответствии с его назначением и по усмотрению и желанию пользователя; в) право и возможность использовать объект собственности любым желаемым способом; г) процесс передачи собственности другому лицу, перераспределения ее между социальными группами.

### *7.3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности*

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях в форме онлайн-вебинаров.

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, учебно-профессиональные задания, тесты).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

#### **1. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)**

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

*Критерии оценивания* – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка «*выполнено*» ставится в случае, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи, а именно, когда обучающийся в целом выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «*не выполнено*» ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

## **2. Тестирование**

Является одним из средств контроля знаний обучающихся по дисциплине.

*Критерии оценивания* – правильный ответ на вопрос

Оценка «*отлично*» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «*хорошо*» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «*удовлетворительно*» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий

## **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

### **8.1. Основная учебная литература:**

1. Головлева, Е. Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Е. Л. Головлева. — М. : Академический Проект, 2016. — 251 с. — ISBN 978-5-8291-2508-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/60028.html>

2. Макроэкономика : учебник / М. Л. Альпидовская, Ю. И. Будович, М. А. Екатериновская [и др.] ; под редакцией М. Л. Альпидовская, Н. В. Цхададзе. — Ростов-на-Дону : Феникс, 2017. — 412 с. — ISBN 978-5-222-26789-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59379.html>

3. Микроэкономика : методические указания к написанию курсовой работы для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / составители Т. В. Долгова, Е. Б. Ермишина. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 57 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64317.html>

4. Семенихина, В. А. Микроэкономика : учебное пособие / В. А. Семенихина. — Новосибирск : Новосибирский государственный архитектурно-строительный университет (Сибстрин), ЭБС АСВ, 2016. — 149 с. — ISBN 978-5-7795-0800-1. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/68792.html>

### **8.2. Дополнительная учебная литература:**

1. Розанова, Н. М. Микроэкономика. Задачи и упражнения : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. М. Розанова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 559 с. — ISBN 978-5-238-01920-8. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/74895.html>

2. Капогузов, Е. А. Макроэкономика : учебник / Е. А. Капогузов, П. А. Степнов. — Омск : Омский государственный университет им. Ф.М. Достоевского, 2015. — 318 с. —



ISBN 978-5-7779-1895-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/59609.html>

3. Макроэкономика : методические указания к написанию курсовой работы для студентов-бакалавров, обучающихся по направлению подготовки «Экономика» / составители Т. В. Долгова, Е. Б. Ермишина. — Краснодар, Саратов : Южный институт менеджмента, Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 60 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/64316.html>

### *8.3. Периодические издания*

1. Вестник Волгоградского государственного университета. Серия 8. Литературоведение. Журналистика. ISSN 2227-8397

2. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Литературоведение. Журналистика. ISSN 2312-9220

3. Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. ISSN 0320-8079

4. Вестник КазНУ. Серия журналистики. ISSN 1563-0242

5. Вестник Московской государственной академии делового администрирования. Серия Экономика. ISSN 2077-7353

6. Вестник Российского университета дружбы народов. Серия Экономика. ISSN 2408-8986

### ***9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)***

1. Сайт Информационного агентства АК&М [www.akm.ru](http://www.akm.ru)

2. Студенческая электронная библиотека <http://www.studentlibrary.ru>

3. Сайт Министерства связи и массовых коммуникаций Российской Федерации – Официальный сайт <http://minsvyaz.ru/ru/ministry/common/>

4. Сайт Госкомстата – Официальный сайт [www.gks.ru](http://www.gks.ru)

5. Сайт Правительства РФ – Официальный сайт [www.government.ru](http://www.government.ru)

6. Сайт Министерства по налогам и сборам РФ – Официальный сайт [www.nalog.ru](http://www.nalog.ru)

7. Сайт Информационного агентства РБК – Официальный сайт [www.rbk.ru](http://www.rbk.ru)

### ***10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)***

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн-режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

- работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
- внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

- выполнение самостоятельных практических работ;
- подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

1. Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.
2. Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.
3. Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

#### ***11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)***

1. Терминальный сервер, предоставляющий к нему доступ клиентам на базе Windows Server 2016
2. Семейство ОС Microsoft Windows
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (Информационный комплекс)
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (ЭПС «Система ГАРАНТ»)
6. Антивирусная система NOD 32
7. Adobe Reader. Лицензия проприетарная свободно-распространяемая.
8. Электронная система дистанционного обучения АНОВО «Московский международный университет». <https://elearn.interun.ru/login/index.php>

#### ***12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)***

1. компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;
2. наушники;
3. вебкамеры;
4. колонки;
5. микрофоны

### **13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины**

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

#### **13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:**

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов (вебинары);
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

#### **13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения**

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

### **14. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)**

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав, разрабатываются адаптированные для инвалидов программы подготовки с учетом различных нозологий,

виды и формы сопровождения обучения, используются специальные технические и программные средства обучения, дистанционные образовательные технологии, обеспечивается безбарьерная среда и прочее.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентов-инвалидов и студентов с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.