

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

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 коммуникации
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2024

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК -1
Универсальные	Инклюзивная компетентность	УК-9
Общепрофессиональные	–	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>УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи</p> <p>УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3 Находит, критически анализирует, сопоставляет, систематизирует и обобщает обнаруженную информацию, определяет парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача.</p> <p>УК-1.4 Выявляет системные связи и отношения между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы.</p> <p>УК-1.5 Предлагает решение(я) задачи, оценивает достоинства и недостатки (теоретические задачи), преимущества и риски (практические задачи).</p>
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1 Владеет упорядоченной системой знаний об особенностях развития лиц с ограниченными возможностями здоровья</p> <p>УК-9.2 Свободно строит диалог в социальной и профессиональной сфере с лицом с ОВЗ</p> <p>УК-9.3 Понимает значение слова «толерантность», демонстрирует толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья</p>
ОПК - 5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических	ОПК-5.1. Имеет представление о политических и экономических механизмах, правовых и этических нормах, на базе которых осуществляется функционирование и развитие мировых, национальных и региональных медиакоммуникационных систем.

	механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
--	---	--

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 компетенции	УК-1		
	- основные экономические понятия: экономические ресурсы, товары и услуги, спрос, предложение, доходы, расходы, цена, деньги, прибыль, процент, риск, собственность, рынок, фирма, домохозяйство, государство, налоги, трансферы, инфляция, валовый внутренний продукт, экономический рост, сбережения, инвестиции и др.	- воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в экономической сфере	- основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства)
Код компетенции	УК-9		
	знает об особенностях развития лиц с ограниченными возможностями здоровья	свободно строит диалог в социальной и профессиональной сфере	понимает значение слова «толерантность», демонстрирует толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья
Код компетенции	ОПК-5		
	- о политических и экономических механизмах, правовых и этических нормах, на	- осуществлять профессиональную деятельность на основе знаний особенностей	- навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и

	базе которых осуществляется функционирование и развитие мировых, национальных и региональных медиакоммуникационных систем.	функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	финансового планирования, возникающих на всех этапах жизненного цикла проекта
--	--	---	---

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части учебного плана ОПОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Основы самообразования», «Введение в профессию», «Менеджмент средств массовой информации», «Основы журналистской деятельности».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Журналистика средств массовой коммуникации.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>			
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	3/108	3/108	3/108	3/108
Контактная работа:				
Занятия лекционного типа	20	8	4	2
Занятия семинарского типа	40	8	4	2
Промежуточная аттестация: экзамен	9	9	9	9
Самостоятельная работа (СРС)	39	83	87	95

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. Очная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самосто тельна я работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционн о типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учеб. заняти я	Практ и- ческие заняти я	Сем и- нар ы	Лабора - торны е раб.	Иные учебны е заняти я	
1.	Формирование медиа-индустрии	2			4			6
2.	Экономические процессы создания нового СМИ	2			4			6
3.	Производственно-технические процессы создания нового СМИ	4			6			6
4.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании	2			6			5
5.	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	2			6			4
6.	Экономика медиа-предприятия	2			4			4
7.	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	2			4			4
8.	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	4			6			4
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	20			40			39

6.1.2. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самосто тельна я работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционн о типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учеб. заняти я	Практ и- ческие заняти я	Сем и- нар ы	Лабора - торны е раб.	Иные учебны е заняти я	
1.	Формирование медиа-индустрии	2						10
2.	Экономические процессы создания нового СМИ	2						10
3.	Производственно-технические процессы создания нового СМИ				2			10
4.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании	2						10
5.	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ				2			10

6.	Экономика медиа-предприятия				2			10
7.	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности				2			10
8.	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	2						13
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	8			8			83

6.1.3. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учеб. занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные учебные занятия	
1.	Формирование медиа-индустрии	2						7
2.	Экономические процессы создания нового СМИ							10
3.	Производственно-технические процессы создания нового СМИ				1			10
4.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях				1			12
5.	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	2			1			12
6.	Экономика медиа-предприятия							12
7.	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности							12
8.	Бизнес-планирование на медиа-предприятии				1			12
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	4			4			87

6.1.4. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учеб. занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные учебные занятия	

				я			я	
1.	Формирование медиа-индустрии							10
2.	Экономические процессы создания нового СМИ							10
3.	Производственно-технические процессы создания нового СМИ							15
4.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях							10
5.	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	0,5		0,5				15
6.	Экономика медиа-предприятия	0,5		0,5				10
7.	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	0,5		0,5				10
8.	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	0,5		0,5				15
	Промежуточная аттестация	9						
	Итого	2		2				95

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-компаний. 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 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.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях	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-компаний.
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-компаний, положения о подразделениях, типовые должностные инструкции, типовой 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.	Формирование медиа-индустрии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Понятие медиа-индустрии. 2. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. 3. Структура рынка информационной продукции и услуг. 4. Рынок идей, материалов, технических и трудовых ресурсов для производства СМИ. Рынок покупателей информации. 5. Регулирование медиа со стороны государства: концепция вмешательства и невмешательства государства в медиа-бизнес. 6. Причины государственной поддержки: поддержка плюрализма, конкуренции мнений. <p>Система государственной поддержки СМИ в России.</p>
2.	Экономические процессы создания нового СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Формирование финансового коллектива и управленческого коллектива высшего и среднего звена медиа-проекта. 2. Создание модели выхода СМИ на «точку безубыточности» и последующее обеспечения экономической самостоятельности. 3. Положение об учетной политике на медиа-предприятии. 4. Система контроля над исполнением бизнес-плана. 5. Создание экономико-финансового алгоритма работы

		<p>предприятия: ежедневного, еженедельного, ежемесячного, ежеквартального, полугодового, годового.</p> <p>6. Система документооборота.</p> <p>7. Система рабочих планов сотрудников и отчетов по ним.</p> <p>8. Система продвижения на рынок.</p> <p>Система диверсификации деятельности медиа-предприятия.</p>
3.	Производственно-технические процессы создания нового СМИ	<p>1. Создание технического коллектива СМИ.</p> <p>2. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов.</p> <p>3. Создания контент-формата в зависимости от типа медиа-проекта: содержательная, дизайнерская, визуальная, аудиальная модели.</p> <p>4. Создание корпоративной электронной системы управления СМИ.</p> <p>5. Создание выпускающей бригады (группы), определение ее состава и компетенции.</p> <p>Создание и диверсификация интернет-версии медиа-проекта.</p>
4.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании	<p>1. Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиа-предприятия.</p> <p>2. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание).</p> <p>3. Подготовка организации к введению процедур регулярного менеджмента</p> <p>4. Введение процедур регулярного менеджмента в ежедневную практику деятельности медиа-компанияи.</p>
5.	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	<p>1. Основные типы структур – организационно-функциональная и дивизиональная.</p> <p>2. Особенности дивизиональной структуры, ее преимущества перед остальными в условиях рынка.</p> <p>3. Структура предприятия, издающего СМИ как монопродукт.</p> <p>4. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административная, правовая, техническая, творческая и менеджерская.</p> <p>5. Внутренние нормативные документы, определяющие структуру предприятия и правила взаимодействия между ее составляющими и сотрудниками: положение о структуре медиа-компанияи, положения о подразделениях, типовые должностные инструкции, типовой трудовой договор, положение об оплате труда, ряд иных положений внутреннего характера</p>
6.	Экономика медиа-предприятия	<p>1. Экономика медиа-предприятия.</p> <p>2. Создание программы снижения себестоимости единицы продукции: снижение издержек на систему закупок, на производство медиа-контента, повышение результативности работы коммерческой службы, повышение производительности труда персонала.</p>

		<p>3. Резервы снижения себестоимости.</p> <p>4. Себестоимость единицы продукции как индикатор конкурентоспособности медиа-компании.</p> <p>5. Оптимизация всех видов расходов: как операционных, так и инвестиционных.</p>
7.	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	<p>1. Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия.</p> <p>2. Бюджет предприятия, инструменты его исполнения.</p> <p>3. Создание системы управления бюджетом. Создание форм ежедневного управления бюджетом.</p> <p>4. Отчетность медиа-предприятия. Особенности налогообложения СМИ. Программы автоматизации учета на медиа-предприятии.</p>
8.	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	<p>1. Определение понятия «бизнес-план». Типология бизнес-планов. Программные инструменты создания бизнес-планов.</p> <p>2. Структура бизнес-плана. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления.</p> <p>3. Бизнес-план как инструмент диверсификации деятельности медиа-компании.</p> <p>4. Бизнес-план как инструмент привлечения инвестиций.</p> <p>5. Бизнес-планирование как инструмент определения стратегии предприятия в среднесрочной и долгосрочной перспективе.</p>

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Формирование медиа-индустрии	<p>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.</p>
2.	Экономические процессы создания нового СМИ	<p>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</p>

		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 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.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании	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-компании.
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-компании, положения о подразделениях, типовые должностные инструкции, типовой 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.

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)	Наименование оценочного средства
1.	Формирование медиа-индустрии	Опрос, ситуационная задача, информационный проект, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи.
2.	Экономические процессы создания нового СМИ	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование. Реализация

		программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
3.	Производственно-технические процессы создания нового СМИ	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
4.	Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компаниях	Опрос, ситуационная задача, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
5.	Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ	Опрос, проблемная задача, проблемно-аналитическое задание, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
6.	Экономика медиа-предприятия	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
7.	Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности	Опрос, ситуационная задача, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи
8.	Бизнес-планирование на медиа-предприятии	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, тестирование. Реализация программы с применением ДОТ: Тестирование, ситуационные задачи, проблемные задачи

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

Типовые вопросы

Формирование медиа-индустрии	<ol style="list-style-type: none"> 1. Информация как основа медиа-индустрии. 2. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества. 3. Институциональная основа индустрии СМИ. 4. Структура рынка информационной продукции и услуг. 5. Типология СМИ как базовая идея создания медиа-проекта. 6. Изучение существующего медиа-рынка и конкурентная среда. 7. Позиционирование СМИ в избранном рыночном сегменте. 8. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши.
Экономические процессы создания нового СМИ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ. 2. Положение об учетной политике на медиа-предприятии. 3. Система контроля над исполнением бизнес-плана. 4. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиа-компаний.

<p>Производственно-технические процессы создания нового СМИ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов. 2. Преимущества и недостатки программ. 3. Создания контент-формата в зависимости от типа медиа-проекта: содержательная, дизайнерская, визуальная, аудиальная модели. 4. Участие в профессиональных выставках и конференциях. 5. Инструменты повышения доверия к медиа-проекту как СМИ. 6. Специальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проектов/линеек. 7. Развитие программных продуктов.
<p>Процедуры регулярного менеджмента в медиа-компании</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиа-предприятия. 2. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание). 3. Маркетинг как функция управления рыночной деятельностью предприятия. 4. Маркетинговые внутрифирменные технологии: создание прайс-листа на продукты и услуги СМИ, создание системы скидок на услуги, создание системы работы с клиентами. 5. Создание системы продаж продуктов и услуг медиа-компании.
<p>Структура медиа-предприятия. Структура предприятия, издающего СМИ</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Структура предприятия, издающего СМИ в ряду других видов деятельности. 2. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административная, правовая, техническая, творческая и менеджерская. 3. Формирование правовой службы СМИ. 4. Выбор организационно-правовой формы медиа-компанияи. 5. Регистрация СМИ в установленном порядке, постановка его на учет в налоговой инспекции. 6. Назначение генерального директора.
<p>Экономика медиа-предприятия</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Экономика медиа-предприятия. 2. Определение понятия «экономика предприятия». 3. Понятие себестоимости. 4. Единицы продукции на медиа-предприятиях разного типа. 5. Создание программы снижения себестоимости единицы продукции: снижение издержек на систему закупок, на производство медиа-контента, повышение результативности работы коммерческой службы, повышение производительности труда персонала.
<p>Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение понятия «учет». 2. Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия. 3. Управленческий учет как база для принятия административных решений. 4. Учетная политика как фактор управления себестоимостью, как фактор конкурентоспособности. 5. Бюджет предприятия, инструменты его исполнения.
<p>Бизнес-планирование на медиа-предприятии</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Определение понятия «бизнес-план». 2. Типология бизнес-планов. 3. Программные инструменты создания бизнес-планов. 4. Структура бизнес-плана.

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.

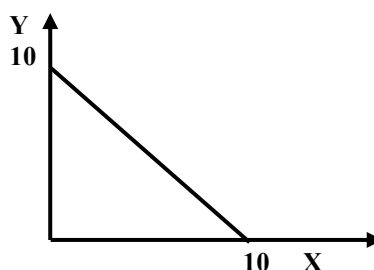
3. Эластичность спроса на товар по цене равна 0,8, а эластичность спроса по доходу составляет 0,6. Как изменится объем спроса на товар, если доходы снизятся на 4%, а цена товара уменьшится на 5%?

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 К⁰" 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.

Темы исследовательских проектов

1. Сегменты информационного рынка. Позиционирование и продвижение СМИ на информационном рынке.
2. Правовые предпосылки создания СМИ. Экономические предпосылки создания СМИ.
3. Факторы, оказывающие влияние на формирование бизнес-плана СМИ.
4. Линейная и дивизиональная структуры редакции.
5. Методы маркетинга: «круглые столы», анализ редакционной почты, реклама издания. Маркетинговые кампании и акции.
6. Структура службы маркетинга. Распределение обязанностей в службе маркетинга.
7. Принципы формирования бюджета редакции средства массовой информации.
8. Система методов управления редакцией.
9. Проблема дистрибуции продукции средств массовой информации. Методы дистрибуции.
10. Условия основания периодического издания.
11. Устав редакции. Основные разделы Устава редакции.
12. Этапы создания бизнес-плана СМИ. Основные разделы бизнес-плана СМИ.
13. Факторы, оказывающие влияние на определение структуры редакции.
14. Планирование и методы маркетинга.
15. Маркетинговый прогноз.
16. Структура общередакционных расходов.
17. Структура издательских расходов.

18. Структура доходной части бюджета.
19. Структура расходной части бюджета.
20. Тиражная политика СМИ, структура тиража.
21. Факторы, влияющие на рекламную политику газеты.
22. Издательская и коммерческая деятельность редакции.
23. Основы редакционного менеджмента. Требования к менеджеру.
24. Система методов управления редакцией. Уровни редакционного менеджмента.
25. Система стимулирования журналистского труда.
26. Основные элементы регулярного менеджмента.
27. Три модели менеджмента.
28. Инструменты финансового менеджмента.
29. Менеджмент привлечения заемных средств.
30. Менеджмент размещения свободных средств.
31. Эмиссия. Менеджмент капитала.
32. Требования к журналисту, предъявляемые в редакционном коллективе.
33. Аспекты и структура информационного рынка.
34. Проблемы собственности в медиабизнесе.
35. Изучение рынка периодических изданий.
36. Исследование рынка покупателей информации.
37. Направления ценовой политики редакции.
38. Ценовая политика в процессе сбыта издания.
39. Ценовая политика в процессе производства издания.
40. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.
41. Бюджет телерадиокомпании.
42. Бюджет информационного агентства.
43. Дизайн периодического издания.
44. Техническая база периодического издания.
45. Преимущества и отрицательные стороны модели менеджмента здравого смысла (интуитивного менеджмента).
46. Преимущества и отрицательные стороны модели «западного» менеджмента.
47. Виды рекламного продукта СМИ.
48. Организация труда менеджера по рекламе. Стимулирование менеджера по рекламе.
49. Структура прайс-листа.
50. Оценка конкурентов. Факторы потребительских предпочтений.

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 (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);

2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

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 теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2-2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания – оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда определяется: наличие логической

структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка «*хорошо*» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения.

Оценка «*неудовлетворительно*» ставится, если не выполнены никакие требования.

3.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 «*отлично*» ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка «*хорошо*» ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка «*удовлетворительно*» ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

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

При реализации программы с применением ДОТ:

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.

4. Интерактивные задания

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры).

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда,

чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания – оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

При реализации программы с применением ДОТ:

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.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания – поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано,

использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

- лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;
- смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;
- смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. 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.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

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

8.1. Основная учебная литература

1. 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>.

2. Розанова, Н. М. Микроэкономика. Задачи и упражнения : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / Н. М. Розанова. — Москва : 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>.

3. Тюрина, А. Д. Макроэкономика : учебное пособие / А. Д. Тюрина, С. А. Шилина. — 2-е изд. — Саратов : Научная книга, 2019. — 158 с. — ISBN 978-5-9758-1743-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80989.html>.

8.2. Дополнительная учебная литература

1. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ. Специализация и профилизация в журналистике : учебное пособие / С. И. Бессонов ; под редакцией В. Ф. Олешко. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 124 с. — ISBN 978-5-7996-1004-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/66223.html>.

2. Захарова, Н. А. Комментарий к Закону РФ от 27 декабря 1991 г. N 2124-I «О средствах массовой информации» / Н. А. Захарова, В. Ю. Коржов, А. Н. Кайль. — 2-е изд. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 374 с. — ISBN 978-5-4486-0598-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/80339.html>.

3. Макеенко, М. И. Радиовещание и телевидение США в новом столетии. Структура, экономика, стратегии : монография / М. И. Макеенко ; под редакцией Я. Н. Засурский. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 560 с. —

ISBN 978-5-211-05793-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13344.html>

4. Моисеенко, Д. Д. Экономика предприятий (организаций) : краткий курс лекций для студентов обучающиеся профилю: экономика предприятия и организаций, менеджмент / Д. Д. Моисеенко. — Симферополь : Университет экономики и управления, 2017. — 153 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/83946.html>

5. Назайкин, Н. А. Эффективный рекламный текст в СМИ : монография / Н. А. Назайкин. — Москва : Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011. — 480 с. — ISBN 978-5-211-06202-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13128.html>

6. Орлова, А. Ю. Архитектура информационных систем : учебное пособие / А. Ю. Орлова, А. А. Сорокин. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2015. — 113 с. — ISBN 2227-8397. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/63073.html>

8.3. Периодические издания

1. Вестник Московского городского педагогического университета. Серия Экономика. 2312-6647. <http://www.iprbookshop.ru/27538.html>

2. Вестник Московского университета. Серия 6. Экономика. ISSN:0130-0105 <http://www.iprbookshop.ru/56288.html>

3. Вестник экономики, права и социологии. ISSN:1998-5533. <http://www.iprbookshop.ru/50865.html>

4. Вопросы управления. ISSN 2304-3369. <http://vestnik.uapa.ru>

5. Социальные и гуманитарные науки. Отечественная и зарубежная литература. Серия 2. Экономика. Реферативный журнал. ISSN:2219-8504. <http://www.iprbookshop.ru/49014.html>

6. Финансы и кредит. ISSN 2071-4688. <https://www.fin-izdat.ru/journal/fc/>

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

1. Сайт Информационного агентства АК&М – <http://www.akm.ru/>

2. Электронная библиотечная система «Консультант студента». <http://www.studentlibrary.ru/>

3. Сайт Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. <https://digital.gov.ru/ru/ministry/common/>

4. Сайт Федеральной службы государственной статистики. www.gks.ru/

5. Сайт Правительства РФ. – www.government.ru/

6. Сайт Федеральной службы по налогам и сборам. www.nalog.ru/

7. Сайт Информационного агентства РБК – Официальный сайт [Электронный ресурс]. – 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.

При реализации программы с применением ДОТ:

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 онлайнрежиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

1. работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;
2. внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;
3. выполнение самостоятельных практических работ;
4. 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. Microsoft Windows Server;
2. Семейство ОС Microsoft Windows;
3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>

Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

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

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

Для ДОТ:

Учебная аудитория для проведения всех видов занятий с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий, в том числе для занятий лекционного типа, семинарского типа; для проведения лабораторных работ, групповых и индивидуальных консультаций; для осуществления текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации; для выполнения курсового проектирования (курсовых работ).

Ауд. 520а (виртуальные учебные аудитории: ауд. 9/1, 9/2, 9/3, 9/4, 9/5, 9/6, 9/7 Вебинарная 1, Вебинарная 2, Вебинарная 3, Вебинарная 4, Вебинарная 5, Вебинарная 6, Вебинарная 7, Вебинарная 8, Вебинарная 9, Вебинарная 10):

Специализированная мебель:

- столы для преподавателей;

- стулья для преподавателей;

Технические средства обучения:

- компьютеры персональные для преподавателей с выходом в сети Интернет;

- наушники;

- вебкамеры;
- колонки;
- 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.

При реализации программы с применением ДОТ:

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 онлайнрежиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

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

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- 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.

13.3. 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. При обучении учитываются особенности

их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

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.

Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Экономика средств массовой информации

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

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Системное и критическое мышление	УК -1
Универсальные	Инклюзивная компетентность	УК-9
Общепрофессиональные	–	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>УК-1.1 Анализирует задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи</p> <p>УК-1.2 Выбирает ресурсы для поиска информации необходимой для решения поставленной задачи</p> <p>УК-1.3 Находит, критически анализирует, сопоставляет, систематизирует и обобщает обнаруженную информацию, определяет парадигму, в рамках которой будет решаться поставленная задача.</p> <p>УК-1.4 Выявляет системные связи и отношения между изучаемыми явлениями, процессами и/или объектами на основе принятой парадигмы.</p> <p>УК-1.5 Предлагает решение(я) задачи, оценивает достоинства и недостатки (теоретические задачи), преимущества и риски (практические задачи).</p>
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	<p>УК-9.1 Владеет упорядоченной системой знаний об особенностях развития лиц с ограниченными возможностями здоровья</p> <p>УК-9.2 Свободно строит диалог в социальной и профессиональной сфере с лицом с ОВЗ</p> <p>УК-9.3 Понимает значение слова «толерантность», демонстрирует толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья</p>
ОПК - 5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических	ОПК-5.1. Имеет представление о политических и экономических механизмах, правовых и этических нормах, на базе которых осуществляется функционирование и развитие мировых, национальных и региональных медиакоммуникационных систем.

	механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	
--	---	--

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

3.2 Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

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

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	УК-1		
	- основные экономические понятия: экономические ресурсы, товары и услуги, спрос, предложение, доходы, расходы, цена, деньги, прибыль, процент, риск, собственность, рынок, фирма, домохозяйство, государство, налоги, трансферы, инфляция, валовый внутренний продукт, экономический рост, сбережения, инвестиции и др.	- воспринимать и анализировать информацию, необходимую для принятия обоснованных решений в экономической сфере	- основными расчетными инструментами (наличные, безналичные, электронные денежные средства)
Код компетенции	УК-9		
	знает об особенностях развития лиц с ограниченными возможностями здоровья	свободно строит диалог в социальной и профессиональной сфере	понимает значение слова «толерантность», демонстрирует толерантное отношение по отношению к лицам с ограниченными возможностями здоровья
Код компетенции	ОПК-5		
	- о политических и экономических механизмах, правовых и этических нормах, на	- осуществлять профессиональную деятельность на основе знаний особенностей	- навыками решения типичных задач в сфере личного экономического и

	базе которых осуществляется функционирование и развитие мировых, национальных и региональных медиакоммуникационных систем.	функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	финансового планирования, возникающих на всех этапах жизненного цикла проекта
--	--	---	---

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/ зачтено	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> - студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - делает квалифицированные выводы и обобщения; - владеет на высококвалифицированном уровне системой понятий.
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент самостоятельно и правильно решил учебно-профессиональную задачу или задание, - уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> - даны исчерпывающие и обоснованные ответы на все поставленные вопросы, - правильно и рационально (с использованием рациональных методик) решены задачи деловых игр, кейс-стади; - при ответах выделялось главное, все теоретические положения умело увязывались с требованиями руководящих документов; - ответы были четкими и краткими, а мысли излагались в логической последовательности; - показано умение самостоятельно анализировать факты, события, явления, процессы в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/ зачтено	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> - студент твердо усвоил тему, грамотно и по существу излагает ее, опираясь на знания основной и дополнительной литературы; - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений; - владеет на достаточном уровне системой понятий.
	Умеет:	<ul style="list-style-type: none"> - студент самостоятельно и в основном правильно решил учебно-профессиональную задачу или задание, - уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагал свое решение, используя научные понятия.
	Владеет:	<ul style="list-style-type: none"> - даны полные, достаточно обоснованные ответы на поставленные вопросы, - правильно решены практические задания; - при ответах не всегда выделялось главное, отдельные положения недостаточно увязывались с требованиями руководящих документов, - при решении задач деловых игр, кейс-стади не всегда

		использовались рациональные методики; - ответы в основном были краткими, но не всегда четкими.
УДОВОЛВИТЕЛЬНО/ зачтено	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном решил учебно-профессиональную задачу или задание, - допустил несущественные ошибки, слабо аргументировал свое решение, недостаточно используя научные понятия.
	Владеет:	- даны в основном правильные ответы на все поставленные вопросы, но без должной глубины и обоснования, - при решении задач деловых игр, кейс-стади студент использовал прежний опыт, на уточняющие вопросы даны правильные ответы; - при ответах не выделялось главное; - ответы были многословными, нечеткими и без должной логической последовательности; - на отдельные дополнительные вопросы не даны положительные ответы.
Компетенция не достигнута		
НЕУДОВОЛВИТЕЛЬНО/ не зачтено	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент не решил учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым "удовлетворительно".

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Типовые контрольные задания для проверки знаний студентов

Тест

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.

11. При продаже товаров в кредит реализуется такая функция денег, как:

- а) мера стоимости;
- б) средство обращения;
- в) средство накопления;
- г) средство платежа;
- д) мировые деньги.

12. Спрос как экономическая категория характеризует интересы:

- а) государства;
- б) потребителей;
- в) производителей;
- г) посредников.

13. Величина предложения зависит от:

- а) издержек;
- б) доходов покупателя;
- в) числа потребителей;
- г) вкусов потребителей.

14. Равновесная цена – это:

- а) точка пересечения кривых спроса и предложения;
- б) цена, равная затратам на производство;
- в) цена на товар, пользующаяся устойчивым спросом;
- г) одинаковая цена на весь товар.

15. При росте дохода падает спрос на товары:

- а) высокого качества;
- б) низкого качества;
- в) роскоши;
- г) заменители.

16. Эффект от масштаба производства, который наблюдается, когда объем производства фирмы растет медленнее, чем применяемые ресурсы:

- а) отрицательный;
- б) положительный;
- в) взаимный;
- г) постоянный.

17. Фирма увеличивает затраты на ресурсы на 10%, а объем производства возрастает при этом на 15%, то в этом случае наблюдается:

- а) отрицательный эффект масштаба;
- б) положительный эффект масштаба;
- в) постоянный эффект масштаба;

г) взаимный эффект масштаба.

18. Стоимость ресурсов, которые принадлежат фирме, называется:

- а) экономическими издержками;
- б) альтернативными издержками;
- в) внешними издержками;
- г) явными издержками.

19. В структуру бухгалтерских издержек не входят:

- а) материальные затраты;
- б) затраты на оплату труда;
- в) издержки упущенных возможностей;
- г) амортизация.

20. Нормальная прибыль – это:

- а) максимальная прибыль;
- б) отсутствие прибыли;
- в) средняя норма прибыли в данной отрасли;
- г) минимальная прибыль.

21. Трансакционные издержки – это издержки:

- а) связанные с совершением сделок;
- б) фирм частнопредпринимательского сектора;
- в) альтернативные, возникающие при ошибочном выборе в экономике;
- г) государства.

22. Экономический субъект, который занимается производственной и коммерческой деятельностью и обладает хозяйственной самостоятельностью, называется:

- а) домохозяйством;
- б) семьей;
- в) фирмой;
- г) государством.

23. Основным признаком некоммерческой организации является:

- а) получение прибыли;
- б) организация производственной деятельности;
- в) невозможность извлечения прибыли;
- г) регулируемость государством.

24. Солидарная ответственность за результаты хозяйственной деятельности характеризует организационно-правовую форму предприятия как:

- а) полное товарищество;
- б) коммандитное товарищество (товарищество на вере);
- в) общество с ограниченной ответственностью;
- г) акционерное общество закрытого типа.

25. Рыночная структура, при которой доминирует небольшое количество крупных фирм, вход в отрасль ограничен высокими барьерами, называется:

- а) совершенная конкуренция;
- б) несовершенная конкуренция;
- в) олигополия;
- г) монополия.

26. Для чистой монополии характерно наличие на рынке:

- а) одной фирмы;
- б) двух фирм;
- в) малого количества фирм;
- г) большого количества фирм.

27. Условие, которое затрудняет вступление в отрасль называется:

- а) входным барьером;
- б) механизмом рынка;
- в) предельным доходом;
- г) функцией предложения.

28. Если цены растут, а объем выпуска продукции не меняется, то ВВП, измеряемый в текущих ценах:

- а) увеличивается;
- б) останется неизменным;
- в) уменьшится;
- г) невозможно ответить.

29. Уровень ВВП, соответствующий полной занятости ресурсов – это:

- а) потенциальный ВВП;
- б) номинальный ВВП;
- в) реальный ВВП;
- г) фактический ВВП.

30. Термин "валовой" в словосочетании "ВВП" означает:

- а) годовой;
- б) стоимостной;
- в) суммарный;
- г) объемный.

31. К трансфертам не относится:

- а) пенсия;
- б) зарплата бюджетников;
- в) стипендия;
- г) пособие по безработице.

32. Соотношения между сферами и отраслями в рамках административно-территориальных образований отражают:

- а) общеэкономические пропорции;
- б) межотраслевые пропорции;
- в) внутриотраслевые пропорции;
- г) территориальные пропорции.

33. ВВП, рассчитанный в текущих ценах рассматриваемого года, – это:

- а) индекс цен;
- б) реальный ВВП;
- в) номинальный ВВП;
- г) потенциальный ВВП.

34. Периоду экономического спада не соответствует:

- а) снижение инвестиций в оборудование;

- б) падение курса акций;
- в) сокращение налоговых поступлений;
- г) снижение прибылей корпораций;
- д) уменьшение объема пособий по безработице.

35. Циклы, вызванные неравномерностью воспроизводства оборотного капитала и колебаниями денежного обращения – это циклы:

- а) короткие;
- б) средние;
- в) длинные;
- г) постоянные.

36. Неокейнсианский метод регулирования циклического развития экономики опирается на приоритет:

- а) налогово-бюджетной политики;
- б) кредитно-денежной политики;
- в) саморегулирования рынка;
- г) все ответы неверны.

37. Экономический рост является показателем, который характеризует:

- а) динамику инвестиций;
- б) динамику изменений платежного баланса страны;
- в) динамику изменения ВВП;
- г) уровень инфляции.

38. Экстенсивный экономический рост – это:

- а) увеличение масштабов производства за счет простого количественного расширения самих факторов производства;
- б) рост производства за счет более эффективного использования наличных факторов производства;
- в) отношение разницы между ВВП текущего года и ВВП базисного года к ВВП базисного года, выраженное в процентах;
- г) развитие, при котором долгосрочные темпы роста производства устойчиво превышают темпы роста населения.

39. Производительность труда – это:

- а) отношение выпуска продукции к затратам живого труда;
- б) затраты живого труда, необходимые, чтобы произвести единицу продукции;
- в) объем выпуска продукции на единицу основного капитала;
- г) обратный показатель производительности капитала.

40. От внезапной инфляции выгоду получит:

- а) пенсионер;
- б) служащий, получивший беспроцентную ссуду;
- в) студент, имеющий вклад в Сбербанке;
- г) держатель облигации.

41. Инфляция свыше 50 % в месяц – это инфляция:

- а) галопирующая;
- б) ползучая;
- в) гиперинфляция;
- г) критическая.

42. При плоской шкале налогообложения с ростом доходов ставка налога:

- а) увеличивается;
- б) уменьшается;
- в) остается прежней;
- г) все ответы неверны.

43. Дефицит государственного бюджета существует, если:

- а) государственные расходы превышают доходы;
- б) уменьшаются государственные расходы;
- в) сокращается государственный долг;
- г) уменьшаются налоги.

44. Консолидированный бюджет – это:

- а) суммарный бюджет всех субъектов РФ;
- б) сумма государственных бюджетов за определенное количество лет;
- в) сумма местных бюджетов по РФ;
- г) свод бюджетов в целом по РФ.

45. Государственный долг – это:

- а) долг государства своим гражданам;
- б) долг государства зарубежным гражданам, фирмам, странам;
- в) сумма накопленных за определенный период времени бюджетных дефицитов за вычетом имевшихся за это время профицитов;
- г) все перечисленное верно.

46. К косвенным налогам относятся:

- а) акциз;
- б) подоходный налог;
- в) налог на прибыль;
- г) налог на недвижимость.

47. Безработица, возникающая в результате несовпадения предложения и спроса по квалификациям и специальностям, называется:

- а) фрикционной;
- б) структурной;
- в) циклической;
- г) скрытой.

48. Уровень безработицы определяется:

- а) количество безработных / экономически активное население x 100%;
- б) количество безработных / количество занятых x 100%;
- в) количество занятых / экономически активное население x 100%;
- г) экономически активное население / нетрудоспособные граждане x 100%.

49. Согласно закону Оукена, если фактический уровень безработицы превышает естественный уровень на один процент, то отставание объема ВВП составляет;

- а) 1,5%;
- б) 2%;
- в) 2,5%;
- г) 5%.

50. Циклическая безработица – это:

- а) временная безработица, связанная с региональными, профессиональными и возрастными перемещениями рабочей силы;
- б) высвобождение рабочей силы под воздействием изменения спроса на отдельные профессии;
- в) высвобождение рабочей силы под влиянием НТП;
- г) высвобождение рабочей силы, связанное с изменениями деловой конъюнктуры.

51. При регрессивном налогообложении с ростом доходов ставка налога:

- а) увеличивается;
- б) уменьшается;
- в) остается прежней;
- г) все ответы неверны.

52. В цену товара включаются:

- а) прямые налоги;
- б) косвенные налоги;
- в) только федеральные налоги;
- г) только местные налоги.

53. Сальдо бюджета – это:

- а) разница доходов и расходов;
- б) разница расходов и доходов;
- в) разница консолидированного и государственного бюджета;
- г) разница государственного долга и доходов государственного бюджета.

54. Носитель налога – это:

- а) юридическое или физическое лицо, на которое законодательно возложена обязанность платить налог;
- б) лицо, фактически уплачивающее налог;
- в) доход или имущество, с которого начисляется налог;
- г) величина налога на единицу обложения объекта.

55. Банковская система России имеет _____ уровня:

- а) четыре;
- б) три;
- в) два;
- г) один.

56. Пассивные операции коммерческого банка - это:

- а) предоставление денег в ссуду;
- б) учет долговых обязательств;
- в) расчетно-кассовое обслуживание клиентов;
- г) размещение на счетах банка денежных средств физических и юридических лиц.

57. 500 руб. размещены в сберегательный вклад под 5% годовых. В конце первого года доход по вкладу составит:

- а) 100 руб.;
- б) 51,25 руб.;
- в) 25 руб.;
- г) 250 руб.

58. Активные операции коммерческого банка - это:

- а) предоставление денег в ссуду;
- б) учет долговых обязательств;
- в) размещение средств на счетах банка денежных средств физических и юридических лиц;
- г) расчетно-кассовое обслуживание клиентов.

59. Структурная безработица – это:

- а) временная безработица, связанная с региональными, профессиональными и возрастными перемещениями рабочей силы;
- б) высвобождение рабочей силы под воздействием изменения спроса на отдельные профессии;
- в) высвобождение рабочей силы под влиянием НТП;
- г) высвобождение рабочей силы, связанное с изменениями деловой конъюнктуры.

Примерный список вопросов

1. Информация как основа медиа-индустрии.
2. Роль СМИ в политической, социально-экономической и культурной жизни современного общества.
3. Институциональная основа индустрии СМИ.
4. Структура рынка информационной продукции и услуг.
5. Типология СМИ как базовая идея создания медиа-проекта.
6. Изучение существующего медиа-рынка и конкурентная среда.
7. Позиционирование СМИ в избранном рыночном сегменте.
8. Вертикальные и горизонтальные рыночные ниши.
9. Проблема первоначального капитала: способы и методы его передачи СМИ.
10. Положение об учетной политике на медиа-предприятии.
11. Система контроля над исполнением бизнес-плана.
12. Система бюджетирования для всех уровней и подразделений медиа-компании
13. Программы, используемые в технологии создания контента СМИ разных типов.
14. Преимущества и недостатки программ.
15. Создания контент-формата в зависимости от типа медиа-проекта: содержательная, дизайнерская, визуальная, аудиальная модели.
16. Участие в профессиональных выставках и конференциях.
17. Инструменты повышения доверия к медиа-проекту как СМИ.
18. Специальные проекты, горизонтальное программирование и создание новых проектов/линеек.
19. Развитие программных продуктов.
20. Процедуры регулярного менеджмента в организации как система организации деятельности медиа-предприятия.
21. Элементы регулярного менеджмента: структура, финансы, бизнес-план, маркетинг, учет, экономика, логистика, распространение (вещание).
22. Маркетинг как функция управления рыночной деятельностью предприятия.
23. Маркетинговые внутрифирменные технологии: создание прайс-листа на продукты и услуги СМИ, создание системы скидок на услуги, создание системы работы с клиентами.
24. Создание системы продаж продуктов и услуг медиа-компании.
25. Структура предприятия, издающего СМИ в ряду других видов деятельности.
26. Структура современной редакции СМИ, ее составляющие: административная, правовая, техническая, творческая и менеджерская.
27. Формирование правовой службы СМИ.
28. Выбор организационно-правовой формы медиа-компании.
29. Регистрация СМИ в установленном порядке, постановка его на учет в налоговой инспекции.
30. Назначение генерального директора.

31. Экономика медиа-предприятия.
32. Определение понятия «экономика предприятия».
33. Понятие себестоимости.
34. Единицы продукции на медиа-предприятиях разного типа.
35. Создание программы снижения себестоимости единицы продукции: снижение издержек на систему закупок, на производство медиа-контента, повышение результативности работы коммерческой службы, повышение производительности труда персонала.
36. Определение понятия «учет».
37. Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия.
38. Управленческий учет как база для принятия административных решений.
39. Учетная политика как фактор управления себестоимостью, как фактор конкурентоспособности.
40. Бюджет предприятия, инструменты его исполнения.
41. Определение понятия «бизнес-план».
42. Типология бизнес-планов.
43. Программные инструменты создания бизнес-планов.
44. Структура бизнес-плана.
45. Бизнес-план как инструмент внутрифирменного управления.

Задания для проверки умений и навыков применения студентами теоретических знаний при решении широкого круга проблемно-аналитических и практических учебно-профессиональных задач, типовых задач (продвинутый и повышенный уровень формирования компетенции):

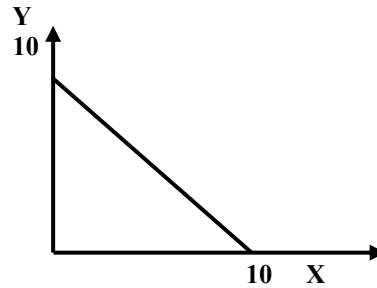
Проблемно-аналитические задания

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.

11. Функция общих затрат фирмы имеет вид $TC = 20Q - 2Q^2 + 0,1Q^3$. Определить величину предельных затрат фирмы при $Q = 3$.

12. При производстве 20 шт. деталей $AVC = 10$ руб. При выпуске 10 шт. $AFC = 5$ руб. При выпуске 25 шт. $AC = 30$ руб. Определите AC при производстве 20 шт. и AVC при 25 шт. деталей.

13. Краткосрочные общие издержки конкурентной фирмы $TC = 4Q^3 - 40Q^2 + 144Q + 600$. При каком уровне рыночной цены фирма прекратит производство в краткосрочном периоде?

14. Функция общих издержек фирмы имеет вид $TC = 20Q + 4Q^2$. Найти прибыль фирмы, если известно, что она реализует продукцию на совершенно конкурентном рынке по цене 100 руб.

15. Допустим, фирма полностью монополизировала производство товара. При этом ее общий доход $TR = 1000Q - 10Q^2$. Предельные издержки $MC = 100 + 10Q$. Сколько товаров будет продано и по какой цене, если фирма функционирует как чистая монополия?

16. Капитальная цена земельного участка равна 30 000 ден. ед. Определить арендную плату в месяц, если годовая ставка процента составляет 10 %.

17. Ставка ссудного процента равна 20%. Правительство облагает доход, полученный от сбережений, 20% подоходным налогом, инфляция равна 9%. Чему равна реальная ставка

процента по вкладу.

18. Известно, что срок инвестирования составляет 2 года, а ставка процента равна 9% годовых. Какова текущая дисконтированная стоимость будущего дохода в 100 000 долларов.

19. Вы рассчитываете на получение ежегодного дохода (в конце каждого года) 20 тыс. рублей. Ставка дисконтирования равна 5%. Найти приведенную стоимость Вашего дохода за ближайшие 3 года.

20. Студент имеет 200 д. ед. Если он положит деньги в банк, то через 3 месяца получит 210 д. ед. Инфляция составляет 20 % в год. Какова номинальная и реальная процентная ставка?

21. Косвенные налоги составляют 10% ВВП. За год их абсолютная величина увеличилась на 15 %, а остальные компоненты ВВП не изменились. Найти относительное (в процентах) изменение ВВП.

22. Известно, что 1/10 часть ВВП идет на восстановление изношенного капитала, а чистый национальный продукт равен 300. Найти ВВП.

23. Пусть национальное производство включает два товара: X – потребительский товар, и Y – инвестиционный товар. В текущем году было произведено 400 ед. товара X по цене 4 дол. за ед. и 20 ед. товара Y по цене 8 дол. за ед. К концу текущего года 12 используемых единиц инвестиционного товара должны быть заменены новыми. Найти: ВВП, ЧНП, объем валовых и чистых инвестиций.

24. Номинальный ВВП уменьшился с 6000 млрд. дол. до 4000 млрд. дол., дефлятор ВВП – со 150% до 120%. Как изменился реальный ВВП?

25. Заполните таблицу.

Год	Номинальный ВВП, млрд. дол.	Дефлятор, %	Реальный ВВП, млрд. дол.
2001	340		485
2002	420		525
2003	640		640
2004	960		872

26. Функция потребления имеет вид: $C = 400 + 0,5Y$. Рассчитайте: а) потребительские расходы (потребление) и сбережения при данных значениях дохода; б) предельную склонность к потреблению и предельную склонность к сбережению

Доход	Потребление	Сбережения
600		
800		
1000		
1200		
1400		

27. Функция потребления задана формулой: $C = 80 + 0,5Y$. При каких уровнях располагаемого дохода затраты на потребление равны объему этого дохода?

28. Уравнение потребления имеет вид $C = 100 + 0,8Y$ (Y - совокупный объем производства и доходов, млн. руб.). Найти уровень доходов, при котором средняя склонность к сбережению (APS) равна нулю. В потребительской корзине имеется только хлеб и молоко. 29. В базовом году стоимость хлеба в потребительской корзине в 3 раза превышает стоимость

молока. За 7 лет хлеб подорожал на 40%, а молоко – на 60%. Найти индекс потребительских цен.

29. В стране А производятся три вида товаров. Цены и объемы их производства представлены в ниже приведенной таблице.

Наименование товара	2009 г.		2010 г.	
	Цена	Количество	Цена	Количество
Молоко	5	15	7	10
Хлеб	3	25	4	30
Апельсины	20	9	15	20

Найти дефлятор ВВП в 2010 г., если 2009 г. является базовым.

30. Рост цен за 4 месяца составил 107,4%. Определить, на сколько процентов цены росли в среднем ежемесячно.

31. Предельная склонность к потреблению не зависит от дохода, а при увеличении дохода с 800 до 1200 потребление увеличилось со 640 до 920. Найти прирост дохода при увеличении инвестиций на 50.

32. На основе данных таблицы рассчитайте на основе данных таблицы средние и предельные налоговые ставки. Каким является данный налог: прогрессивным, пропорциональным или регрессивным?

Доход	Налог	Средняя налоговая ставка	Предельная налоговая ставка
0	0		
500	50		
1000	150		
1500	300		
2000	500		

33. Функция спроса на товар $Q_d = 70 - 10P$, функция предложения $Q_s = -50 + 20P$. Введен акциз 2 ед. Как распределится налог между потребителем и производителем?

34. Естественный уровень безработицы равен 5%. При уровне безработицы 11% ВВП составил 400. Найти потенциальный ВВП.

35. Найти мультипликатор автономных расходов, если предельная склонность к потреблению составляет 0,8.

36. Обязательная резервная норма – 10%. Коммерческий банк покупает у Центрального банка облигации на сумму 100 тыс. руб. Что происходит с банковскими ресурсами?

37. Спрос на деньги для сделок составляет 10% от номинального объема ВВП, предложение денег составляет 350 млрд. долл., а спрос на деньги со стороны активов представлен в таблице.

Процентная ставка	Спрос на деньги со стороны активов (млрд. долл.)
16	100
14	150
12	200
10	250

Определите: а) равновесную процентную ставку при ВВП = 2 000 млрд. долл.; б) как изменится равновесная ставка процента, если при сохранении уровня ВВП в объеме 2 000 млрд. долл., предложение денег вырастет до 400 млрд. долл.?

38. Предельная склонность к депонированию равна (предпочтение ликвидности) равно 0,1, а норма обязательных резервов 10%. К какому увеличению предложения денег приведет увеличение денежной базы на 50 млрд. долл.

39. Нарощенная сумма равна $S = 50\ 000$ руб., период начисления $n = 1$ год, сложная процентная ставка $i = 15\%$ годовых. Найти первоначальную сумму P .

Темы исследовательских проектов

1. Сегменты информационного рынка. Позиционирование и продвижение СМИ на информационном рынке.
2. Правовые предпосылки создания СМИ. Экономические предпосылки создания СМИ.
3. Факторы, оказывающие влияние на формирование бизнес-плана СМИ.
4. Линейная и дивизиональная структуры редакции.
5. Методы маркетинга: «круглые столы», анализ редакционной почты, реклама издания. Маркетинговые кампании и акции.
6. Структура службы маркетинга. Распределение обязанностей в службе маркетинга.
7. Принципы формирования бюджета редакции средства массовой информации.
8. Система методов управления редакцией.
9. Проблема дистрибуции продукции средств массовой информации. Методы дистрибуции.
10. Условия основания периодического издания.
11. Устав редакции. Основные разделы Устава редакции.
12. Этапы создания бизнес-плана СМИ. Основные разделы бизнес-плана СМИ.
13. Факторы, оказывающие влияние на определение структуры редакции.
14. Планирование и методы маркетинга.
15. Маркетинговый прогноз.
16. Структура общередакционных расходов.
17. Структура издательских расходов.
18. Структура доходной части бюджета.
19. Структура расходной части бюджета.
20. Тиражная политика СМИ, структура тиража.
21. Факторы, влияющие на рекламную политику газеты.
22. Издательская и коммерческая деятельность редакции.
23. Основы редакционного менеджмента. Требования к менеджеру.
24. Система методов управления редакцией. Уровни редакционного менеджмента.
25. Система стимулирования журналистского труда.
26. Основные элементы регулярного менеджмента.
27. Три модели менеджмента.
28. Инструменты финансового менеджмента.
29. Менеджмент привлечения заемных средств.
30. Менеджмент размещения свободных средств.
31. Эмиссия. Менеджмент капитала.
32. Требования к журналисту, предъявляемые в редакционном коллективе.
33. Аспекты и структура информационного рынка.
34. Проблемы собственности в медиабизнесе.
35. Изучение рынка периодических изданий.
36. Исследование рынка покупателей информации.
37. Направления ценовой политики редакции.
38. Ценовая политика в процессе сбыта издания.
39. Ценовая политика в процессе производства издания.
40. Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.

41. Бюджет телерадиокомпании.
42. Бюджет информационного агентства.
43. Дизайн периодического издания.
44. Техническая база периодического издания.
45. Преимущества и отрицательные стороны модели менеджмента здравого смысла (интуитивного менеджмента).
46. Преимущества и отрицательные стороны модели «западного» менеджмента.
47. Виды рекламного продукта СМИ.
48. Организация труда менеджера по рекламе. Стимулирование менеджера по рекламе.
49. Структура прайс-листа.
50. Оценка конкурентов. Факторы потребительских предпочтений.

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%?

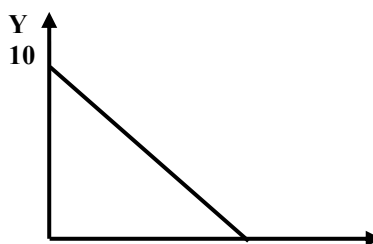
4. Функция спроса на товар задана уравнением $Q_d = 90 - 6P$, а функция предложения – $Q_s = 10 + 4P$. Найдите излишек потребителя.

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.

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 К⁰" 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 сформулировать утверждение о последствиях для мирового рынка повышения цены на нефть?

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:

1. Суть медиа-экономики как бизнеса.
2. Роль медиа в современной экономике.
3. Медиа-рынок в экономике развитых стран и России.
4. Медиа-рынок и его компоненты.
5. Экономические факторы развития медиа-индустрии.
6. Социальные факторы развития медиа-индустрии.
7. Технологические факторы развития медиа-индустрии.
8. Основные экономические модели СМИ.
9. Доходы и расходы СМИ в различных экономических моделях.
10. Особенности ценообразования аудиовизуальной продукции.
11. Издержки в медиа-индустрии.
12. Издержки и объемы производства в медиа-индустрии.
13. Конкуренция СМИ на рынке медиа-контента.
14. Конкуренция СМИ на рынке медиа-рекламы.
15. Концентрация медиа-бизнеса.
16. Разделение управления и собственности в медиа-индустрии.
17. Регулирование медиа-индустрией со стороны государства.
18. Ограничения в сфере телерадиовещания: лицензирование.
19. Стратегии в условиях кризиса рекламного рынка.
20. Стратегии в условиях кризиса рынка печатных СМИ.
21. Стратегии в условиях кризиса аудитории эфирного ТВ.
22. Основные модели рекламных рынков масс-медиа.
23. Миграция медиа-рекламы в Интернет: масштабы явления.
24. История формирования основных российских медиа-концернов.
25. Информационный рынок России: характеристика и особенности.

26. Индустрия СМИ России: основные понятия, структура.
27. Типологическая характеристика как базовая идея создания нового СМИ.
28. Маркетинговые исследования будущей аудитории медиа-проекта.
29. Концепция медиа-проекта: основные характеристики, структура.
30. Логика вывода СМИ на рынок.
31. Технические аспекты создания нового СМИ.
32. Создание корпоративной электронной системы управления медиа-проектом.
33. Создание интернет-версии медиа-проекта: цели и задачи.
34. Создание творческого коллектива медиа-компании: последовательность действий.
35. Специальные проекты в масс-медиа: типология, основные характеристики.
36. Процедуры регулярного менеджмента: краткая характеристика.
37. Элементы регулярного менеджмента: краткая характеристика.
38. Центры финансовой ответственности в редакции СМИ: краткая характеристика.
39. Центры бюджетирования (ЦБ) в редакции СМИ: краткая характеристика.
40. Бухгалтерский и административный учет в СМИ: общее и различия.
41. Организационно-функциональная структура СМИ: основные характеристики.
42. Дивизиональная структура СМИ, ее преимущества и краткая характеристика.
43. Структура современной редакции СМИ.
44. Финансовая политика предприятия и ее инструментарий
45. Маркетинг как философия бизнеса СМИ.
46. Маркетинг как комплекс инструментов изучения рынка и воздействия на него.
47. Создание системы оплаты труда подразделений СМИ.
48. Диверсификация деятельности редакции, создание и выведение на рынок новых продуктов.
49. Бухгалтерский учет и управленческий учет: общее и различия.
50. Управленческий учет как база для принятия административных решений.
51. Учетная политика предприятия, издающего СМИ, ее особенности.
52. Бюджетирование на медиа-предприятии, инструменты его исполнения.
53. Особенности налогообложения СМИ.
54. Бизнес-планирование в медиа-индустрии: виды, цели и задачи.
55. Планирование деятельности сотрудников медиа-проекта.
56. Создание системы продаж продуктов и услуг медиа-компании.
57. Создание системы оплаты труда коммерческой службы.
58. Создание формата издания на основе его концепции: последовательность действий.
59. Торговый знак и торговая марка: общее и различия.
60. Брендирование как комплекс мероприятий.

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;

- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;
- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременно разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить

обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.