

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

Рабочая программа дисциплины

Медиаменеджмент

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Сертификат: 039CF0930035B466A44637ABV04B6AF49F
Владелец: ПОПОВ ВАСИЛИЙ ГАВРИИЛОВИЧ
Действителен: с 23.04.2026 до 23.07.2027

Москва
2026

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач. УК-2.3 Учитывает при решении поставленных задач трудовые и материальные ресурсы, ограничения проекта - сроки, стоимость, содержание. УК-2.4 Реализует внутренние и внешние взаимодействия, предупреждает и разрешает конфликты УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом

3. Описание планируемых 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-2		
	- виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. - действующее законодательство	- проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; - использовать нормативно-правовую	- методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с

	и правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	документацию в сфере профессиональной деятельности	нормативно-правовой документацией
--	--	--	-----------------------------------

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиаменеджмент» является дисциплиной по выбору части учебного плана ОПОП, формируемый участниками образовательных отношений.

Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Социальные медиа», «Медиамаркетинг», «Тайм-менеджмент».

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

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>		
	<i>Очная</i>	<i>Очно-заочная</i>	<i>Заочная с применением ДОТ</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	5/180	5/180	5/180
Контактная работа:			
Занятия лекционного типа	36	4	4
Занятия семинарского типа	36	8	8
Промежуточная аттестация: <i>зачет с оценкой</i>	0,15	4	4
Самостоятельная работа (СРС)	107,85	164	164

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)					
		Контактная работа					Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа			
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие заняти я	Семи нары	Лабора торные раб.	

1.	Менеджмент и СМИ	8			8			22
2.	Организация СМИ	8			8			22
3.	Менеджмент и медиапредприятия	8			8			22
4.	Редакционный менеджмент	6			6			22
5.	Стратегическое управление в СМИ	6			6			19,85
	Промежуточная аттестация	0,15						
	Итого	36			36			107,85

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Самос тоятел ьная работа
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие заняти я	Семи нары	Лабора торные раб.	Иные заняти я	
1.	Менеджмент и СМИ				2			32
2.	Организация СМИ	2						32
3.	Менеджмент и медиапредприятия				2			32
4.	Редакционный менеджмент	2			2			32
5.	Стратегическое управление в СМИ				2			36
6.	Промежуточная аттестация	4						
7.	Итого	4			8			164

6.1.3. Заочная форма обучения с применением ДОТ

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самос стоятел ьная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практи ческие заняти я	Семи нары	Лабора торные раб.	Иные заняти я	
8.	Менеджмент и СМИ				2			32

9.	Организация СМИ	2						32
10.	Менеджмент и медиапредприятия				2			32
11.	Редакционный менеджмент	2			2			32
12.	Стратегическое управление в СМИ				2			36
13.	Промежуточная аттестация	4						
14.	Итого	4			8			164

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Менеджмент и СМИ	Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента. Исторические понятия управления. Менеджмент как управление в организациях и организациями. Научный, профессиональный и системный менеджмент. Особенности менеджмента в СМИ. Экономическая природа СМИ. Специфика рынка СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономические особенности электронных СМИ. Основные требования к менеджеру СМИ. Имидж СМИ и его экономический эффект. Менеджмент СМИ и этика. Менеджмент СМИ и закон. Формы концентрации СМИ. Конфликты в СМИ.
2.	Организация СМИ	Анализируются возможность и эффективность применения различных организационных структур в медиабизнесе. Показывается взаимосвязь оргструктуры и основных функций медиа. Обсуждаются перспективы изменения оргструктуры в зависимости от рыночной конъюнктуры. Организационно-правовые формы медиапредприятий. Структура медиапредприятия. Органы управления медиапредприятия. Типы организации СМИ. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления. Типы организационных структур и как они представлены в СМИ. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
3.	Менеджмент и медиапредприятия	Главные отличия СМИ от медиа. Понятие «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием. Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров.

		Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники».
4.	Редакционный менеджмент	Менеджмент и организация работы редакции Рекламная политика редакции. Специфические черты редакционного менеджмента. Особенности редакционного менеджмента. Виды редакционного менеджмента. Служба редакционного менеджмента Величина и состав редакционного коллектива Структура редакционного коллектива Управление редакционным коллективом Система методов управления редакцией. Экономические основы труда журналиста. Журналист в редакционном коллективе. Требования к журналисту. Уровни менеджмента в редакции. Журналист в редакционном коллективе. Основные направления редакционно-издательского маркетинга. Управление редакционным коллективом и требования к современным менеджерам СМИ. Издательская и коммерческая деятельность редакции. Ценовая политика редакции. Бизнес-план в системе редакционного планирования Цели, предмет и виды бизнес-плана Структура бизнес-плана Возможности укрепления финансовой базы Бизнес-план редакции (цели, виды, форма). Бизнес-план редакции, телекомпаний и информационного агентства.
5.	Стратегическое управление в СМИ	Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. Стратегии развития медиапредприятий. Разработка стратегии СМИ. Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента. Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиа продукции: рейтинг-контроль, долевой контроль, RC-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиа продукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М. Портера. PEST-анализ. Автономия редакционной политики СМИ как элемент бизнес-стратегии. Стратегическое планирование в работе редакции.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Менеджмент и СМИ	Анализируется природа основных внутренних конфликтов в медиа. Показывается, каким образом

		эти конфликты вытекают из решения персоналом медиа своих функциональных задач. В качестве практического задания – игра с заданными исходными параметрами «Конфликт между службой новостей и рекламной службой телекомпании».
2.	Организация СМИ.	Анализируются возможность и эффективность применения различных организационных структур в СМИ. Показывается взаимосвязь оргструктуры и основных функций медиа. Обсуждаются перспективы изменения оргструктуры в зависимости от рыночной конъюнктуры.
3.	Менеджмент медиапредприятия	и Как выйти из медиабизнеса. Момент выхода, оценка активов, процедура выхода. Анализируется момент выхода из медиабизнеса: возможные мотивации к нему, оценка стоимости активов, влияние на эту стоимость рыночной конъюнктуры.
4.	Редакционный менеджмент	Анализируется специфика менеджмента в печатных СМИ в сравнении с электронными. Занятие проводится совместно с руководителем одного из печатных СМИ.
5.	Стратегическое управление в СМИ.	Анализируется специфика различных стратегий развития медиа в зависимости от рыночной конъюнктуры. В качестве практического задания дается возможность провести СВОТ-анализ виртуального СМИ.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Менеджмент и СМИ	Цели и задачи менеджмента. Функции менеджмента. Исторические понятия управления. Менеджмент как управление в организациях и организациями. Научный, профессиональный и системный менеджмент. Особенности менеджмента в СМИ. Экономическая природа СМИ. Специфика рынка СМИ. Экономические особенности печатных СМИ. Экономические особенности электронных СМИ. Основные требования к менеджеру СМИ. Имидж СМИ и его экономический эффект. Менеджмент СМИ и этика. Менеджмент СМИ и закон. Формы концентрации СМИ. Конфликты в СМИ.
2.	Организация СМИ	Анализируются возможность и эффективность применения различных организационных структур в медиабизнесе. Показывается взаимосвязь оргструктуры и основных функций медиа. Обсуждаются перспективы изменения оргструктуры в зависимости от рыночной конъюнктуры. Организационно-правовые формы медиапредприятий. Структура медиапредприятия. Органы управления медиапредприятия. Типы

		организации СМИ. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления. Типы организационных структур и как они представлены в СМИ. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».
3.	Менеджмент медиапредприятия	и Главные отличия СМИ от медиа. Понятие «медиапродукт», «медиааналитик», «медиаканал». Финансирование медиапредприятия. Управление медиапредприятием. Профессии медиаиндустрии. Специализации и профили медиаменеджеров. Компетенции медиаменеджеров. Круг должностных обязанностей медиаменеджеров. Собственники медиакомпаний. Взаимоотношения «собственник – менеджмент – сотрудники».
4.	Редакционный менеджмент	Менеджмент и организация работы редакции Рекламная политика редакции. Специфические черты редакционного менеджмента. Особенности редакционного менеджмента. Виды редакционного менеджмента. Служба редакционного менеджмента Величина и состав редакционного коллектива Структура редакционного коллектива Управление редакционным коллективом Система методов управления редакцией. Экономические основы труда журналиста. Журналист в редакционном коллективе. Требования к журналисту. Уровни менеджмента в редакции. Журналист в редакционном коллективе. Основные направления редакционно-издательского маркетинга. Управление редакционным коллективом и требования к современным менеджерам СМИ. Издательская и коммерческая деятельность редакции. Ценовая политика редакции. Бизнес-план в системе редакционного планирования Цели, предмет и виды бизнес-плана Структура бизнес-плана Возможности укрепления финансовой базы Бизнес-план редакции (цели, виды, форма). Бизнес-план редакции, телекомпаний и информационного агентства.
5.	Стратегическое управление в СМИ	Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка. Стратегии развития медиапредприятий. Разработка стратегии СМИ. Аналитические инструменты и методы стратегического медиаменеджмента. Матрица обоснования стратегии. Матрица стратегического баланса (SWOT-анализ). Выбор стратегических зон хозяйствования. Техника сценариев. Мониторинг медиа продукции: рейтинг-контроль, долевого контроля, РС-контроль (мониторинг дохода и затрат), RACE-контроль (четырёхфакторный мониторинг медиа продукции). Матрица Бостонской консультационной группы (BCG-матрица). Матрица Мак-Кинзи. Пятифакторный анализ М. Портера. PEST-анализ. Автономия редакционной политики СМИ как

		элемент бизнес-стратегии. Стратегическое планирование в работе редакции.
--	--	--

7. Текущий контроль по дисциплине (модулю) в рамках учебных занятий

В рамках текущего контроля преподаватель самостоятельно может проводить следующие мероприятия:

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Менеджмент и СМИ	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, творческий проект, проблемно-аналитическое задание
2.	Организация СМИ	Опрос, тестирование, дискуссионные процедуры, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание
3.	Менеджмент и медиапредприятия	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, творческий проект, проблемно-аналитические задания
4.	Редакционный менеджмент	Опрос, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание
5.	Стратегическое управление в СМИ	Опрос, исследовательский проект, дискуссионные процедуры, информационный проект, тестирование

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

8.1 Основная учебная литература

1. Доброзракова, Г. А. Журналистика в системе массовой коммуникации: учебное пособие / Г. А. Доброзракова. — Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015. — 95 с. — ISBN 2227-8397. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/71829.html>.

2. Короткий, С. В. Менеджмент: учебное пособие / С. В. Короткий. — Саратов: Вузовское образование, 2018. — 225 с. — ISBN 978-5-4487-0134-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72358.html>.

1. Основы менеджмента: учебно-методическое пособие / В. В. Макрусов, М. В. Бойкова, И. Н. Колобова, Е. О. Любкина. — М.: Российская таможенная академия, 2017. — 104 с. — ISBN 978-5-9590-0963-2. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/84857.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 АСБ, 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. Жилавская, И. В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ: учебное пособие / И. В. Жилавская. — М.: Московский педагогический государственный университет, 2017. — 148 с. — ISBN 978-5-4263-0473-4. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/72502.html>.

3. Семенова, И. И. История менеджмента: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по экономическим специальностям / И. И. Семенова. — 2-е изд. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 199 с. — ISBN 978-5-238-01330-5. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/81778.html>.

8.3. Периодические издания

1. Журналист. ISSN 0130-3589. <https://jrnlst.ru/>.

2. Международный журнал Медиа. Информация. Коммуникация (MIC). ISSN 2313-755X. <http://mic.org.ru>.

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

1. Федеральный портал «Российское образование» <http://www.edu.ru/>

2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов» <http://school-collection.edu.ru/>

3. Инвестиционный консалтинг. www.i-con.ru.

4. Сайт РосБизнесКонсалтинг (РБК – ведущий мультимедийный холдинг России). www.rbc.ru

5. Национальная ассоциация управления проектами. www.sovnet.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 онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения

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

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

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

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

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

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.

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 онлайн режиме 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 студентами-инвалидами и студентами 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**

Медиаменеджмент

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

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

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Универсальные	Разработка и реализация проектов	УК-2

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.1 Участвует в разработке проекта, определении его конечной цели, исходя из действующих правовых норм УК-2.2 Решает поставленную перед ним подцель проекта, через формулирование конкретных задач. УК-2.3 Учитывает при решении поставленных задач трудовые и материальные ресурсы, ограничения проекта - сроки, стоимость, содержание. УК-2.4 Реализует внутренние и внешние взаимодействия, предупреждает и разрешает конфликты УК-2.5 Владеет навыками работы оформления документации, публично представляет результаты решения конкретной задачи проекта или проекта в целом

3. Описание планируемых 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-2		
	- виды ресурсов и ограничений, основные методы оценки разных способов решения профессиональных задач. - действующее законодательство и	- проводить анализ поставленной цели и формулировать задачи, необходимые для ее достижения, анализировать альтернативные варианты; - использовать нормативно-правовую документацию в сфере профессиональной	- методиками разработки цели и задач проекта; - методами оценки потребности в ресурсах, продолжительности и стоимости проекта; - навыками работы с

	правовые нормы, регулирующие профессиональную деятельность	деятельности	нормативно-правовой документацией
--	--	--------------	-----------------------------------

3.2. Критерии оценки знаний студентов

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО/Зачтено	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО/Зачтено	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями

		руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВОЛСТВИТЕЛЬНО/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 умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВОЛСТВИТЕЛЬНО/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 показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

При ответе на вопросы в рамках прохождения промежуточной аттестации (зачет/ зачет с оценкой/ экзамен) допускается вольная формулировка ответа, по смыслу раскрывающая содержание ответа, указанного в фонде оценочных средств, в качестве верного ответа.

4. Типовые контрольные задания (закрытого, открытого и иного типа) для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

ТЕСТИРОВАНИЕ

УК-2

7 СЕМЕСТР

1. Что такое медиаменеджмент?
 - А) Управление финансами
 - Б) Управление человеческими ресурсами
 - В) Управление медийными проектами и процессами
 - Г) Управление рекламными кампаниями
2. Какие качества важны для медиаменеджера?
 - А) Коммуникабельность
 - Б) Творческий подход
 - В) Аналитический склад ума
 - Г) Все перечисленные
3. Какова роль медиапланирования в медиаменеджменте?
 - А) Подбор персонала
 - Б) Распределение бюджета
 - В) Определение целевой аудитории
 - Г) Планирование медийных стратегий
4. Что такое медиа микс?
 - А) Смешивание различных медиаформатов
 - Б) Комбинация различных медийных каналов для достижения маркетинговых целей
 - В) Микширование звука в медиапродукции
 - Г) Разработка медийного контента
5. Какие функции выполняет медиааналитик?
 - А) Анализ рынка
 - Б) Анализ эффективности рекламных кампаний
 - В) Анализ поведения потребителей
 - Г) Все перечисленные
6. Что такое целевая аудитория в контексте медиаменеджмента?
 - А) Группа людей, которая смотрит телевизор
 - Б) Группа людей, на которую направлена медийная кампания
 - В) Группа людей, которая покупает билеты в кино
 - Г) Группа людей, которая читает газеты
7. Каковы основные этапы разработки медийной стратегии?
 - А) Анализ, планирование, реализация, контроль
 - Б) Планирование, бюджетирование, реклама, продажи
 - В) Исследование, дизайн, производство, распространение
 - Г) Маркетинг, продажи, обслуживание клиентов, анализ данных
8. Что такое контент-менеджмент?
 - А) Управление контентом на веб-сайте
 - Б) Управление контентом в социальных сетях
 - В) Создание и распространение медийного контента
 - Г) Все перечисленные
9. Какие инструменты используются для мониторинга медийных каналов?
 - А) Социальные сети
 - Б) Системы веб-аналитики

- В) Опросы и исследования
 - Г) Все перечисленные
10. Что такое медийный бюджет?
- А) Деньги, выделенные на покупку оборудования
 - Б) Деньги, выделенные на создание медийного продукта
 - В) Деньги, выделенные на рекламные и маркетинговые кампании
 - Г) Деньги, выделенные на зарплату сотрудников
11. Какие задачи выполняет медиапродюсер?
- А) Подбор актеров
 - Б) Разработка сценария
 - В) Организация производственного процесса
 - Г) Все перечисленные
12. Что такое медиаплан?
- А) План развития медиакомпании
 - Б) План распределения бюджета на рекламу
 - В) План публикаций в социальных сетях
 - Г) План медийной кампании, включая выбор каналов и времени размещения
13. Каковы основные цели медиаменеджмента?
- А) Увеличение прибыли
 - Б) Рост аудитории
 - В) Повышение узнаваемости бренда
 - Г) Все перечисленные
14. Что такое медиа-байинг?
- А) Покупка медийного контента
 - Б) Покупка рекламного времени и пространства
 - В) Покупка оборудования для медиапроизводства
 - Г) Покупка лицензий на программное обеспечение
15. Какие методы оценки эффективности медийной кампании вы знаете?
- А) Анализ конверсии
 - Б) Оценка ROI (возврат инвестиций)
 - В) Измерение уровня вовлеченности аудитории
 - Г) Все перечисленные
16. Что такое кросс-медийный маркетинг?
- А) Маркетинг, ориентированный на один канал
 - Б) Маркетинг, использующий несколько каналов для одной кампании
 - В) Маркетинг, ориентированный на молодежную аудиторию
 - Г) Маркетинг, ориентированный на пожилую аудиторию
17. Что такое медиа-аудит?
- А) Финансовый аудит медиакомпании
 - Б) Проверка качества медийного контента
 - В) Анализ эффективности использования медийных ресурсов
 - Г) Проверка юридической чистоты медиапроектов
18. Какие виды медийных каналов существуют?
- А) Телевидение и радио
 - Б) Пресса и интернет
 - В) Социальные сети и блоги
 - Г) Все перечисленные
19. Что такое медиа-контент?
- А) Информация, представленная в цифровом виде
 - Б) Контент, созданный пользователями
 - В) Контент, созданный для медийных платформ
 - Г) Все перечисленные

20. Какова роль социальных сетей в медиаменеджменте?
- А) Платформа для общения с друзьями
 - Б) Инструмент для проведения рекламных кампаний
 - В) Средство для мониторинга отзывов о бренде
 - Г) Все перечисленные
21. Что такое синдикация контента?
- А) Перепродажа контента другим компаниям
 - Б) Создание контента для конкретной аудитории
 - В) Распространение контента через различные медийные платформы
 - Г) Публикация пользовательского контента
22. Какова роль медиа-юриста?
- А) Защита авторских прав
 - Б) Разработка контрактов
 - В) Решение юридических споров
 - Г) Все перечисленные
23. Что такое трансмедийное повествование?
- А) Повествование, использующее один медиаканал
 - Б) Повествование, которое распространяется через разные медиаформаты
 - В) Повествование, основанное на историях пользователей
 - Г) Повествование, предназначенное для детей
24. Какие факторы влияют на выбор медийных каналов для кампании?
- А) Бюджет кампании
 - Б) Целевая аудитория
 - В) Доступность каналов
 - Г) Все перечисленные
25. Что такое медиа-планирование?
- А) Разработка графика работы сотрудников
 - Б) Планирование медийных мероприятий
 - В) Определение оптимального сочетания медийных каналов и времени для рекламы
 - Г) Управление бюджетом на покупку оборудования
26. Каковы задачи медиа-дизайнера?
- А) Создание логотипов
 - Б) Разработка интерфейсов
 - В) Оформление медийного контента
 - Г) Все перечисленные
27. Что такое ROI в контексте медиаменеджмента?
- А) Возврат инвестиций
 - Б) Регистрация организации
 - В) Рейтинг организации
 - Г) Результат организационного исследования
28. Какие навыки важны для медиа-стратега?
- А) Навыки общения
 - Б) Навыки презентации
 - В) Навыки анализа данных
 - Г) Все перечисленные
29. Что такое медиа-бриф?
- А) Краткое изложение медиапроекта
 - Б) Инструкция для сотрудников
 - В) Отчет о проделанной работе
 - Г) План медиакампании
30. Какова роль медиа-аналитика в кризисных ситуациях?
- А) Подготовка отчетов

- Б) Мониторинг СМИ
- В) Анализ реакции аудитории
- Г) Все перечисленные