

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра филологии

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФГО

д.ф.н. Ромм М. В.

“ ____ ” _____ г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Экономика и менеджмент в средствах массовой информации

Образовательная программа: 42.03.02 Журналистика, профиль: Конвергентная журналистика

Курс: 4, семестр : 7

Факультет гуманитарного образования,

		Семестр
№	Вид деятельности	7
1	Всего зачетных единиц (кредитов)	2
2	Всего часов	72
3	Всего занятий в контактной форме, час.	45
4	Лекции, час.	18
5	Практические занятия, час.	18
6	Лабораторные занятия, час.	0
7	из них в активной и интерактивной форме, час.	10
8	Аттестация, час.	2
9	Консультации, час.	7
10	Самостоятельная работа, час.	27
11	Виды самостоятельной работы (курсовой проект, курсовая работа, РГЗ, подготовка к контрольной работе)	контр.
12	Вид аттестации	Э

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования по направлению (специальности): 42.03.02 Журналистика

ФГОС введен в действие приказом №951 от 07.08.2014 г. , дата утверждения: 25.08.2014 г.

Место дисциплины в структуре учебного плана: Блок 1, базовая

Рабочая программа разработана на основе компетентностной модели выпускника по направлению (специальности): 42.03.02 Журналистика

Рабочая программа обсуждена на заседании кафедры

Филологии, протокол заседания кафедры №6 от 20.06.2017

Утверждена на совете факультета гуманитарного образования, протокол № 6 от 21.06.2017

Программу разработал:

доцент, к.фил.н. Букаты Е. М.

Заведующий кафедрой:

доцент, д.фил.н. Мандрикова Г. М.

Ответственный за образовательную программу:

заведующий кафедрой Мандрикова Г. М.

1. Внешние требования

Таблица 1.1

Компетенция ФГОС: ОПК.11 способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента; <i>в части следующих результатов обучения:</i>
з3. знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента
у1. уметь учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ
Компетенция НГТУ: ПК.10.В/ПА готовность участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать со службами технической поддержки; <i>в части следующих результатов обучения:</i>
з1. знать принципы реализации медиапроекта, продвижения медиапродукта на информационном рынке
у1. уметь реализовать медиапроект, планируя работу,
у2. уметь, продвигая медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать с техническими службами

2. Требования НГТУ к результатам освоения дисциплины

Таблица 2.1

Результаты изучения дисциплины по уровням освоения (иметь представление, знать, уметь, владеть)	Формы организации занятий
<i>Экономика и менеджмент в средствах массовой информации</i>	
ПК.10.В/ПА.з1 знать принципы реализации медиапроекта, продвижения медиапродукта на информационном рынке	
1.знать экономические регуляторы и факторы деятельности предприятий с различными формами собственности	Лекции; Самостоятельная работа
2.знать суть экономических процессов и экономических отношений	Лекции; Самостоятельная работа
ОПК.11.з3 знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	
3.знать основы менеджмента в СМИ	Лекции; Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.10.В/ПА.у1 уметь реализовать медиапроект, планируя работу,	
4.уметь учитывать экономическую составляющую в своей профессиональной деятельности	Практические занятия; Самостоятельная работа
ОПК.11.у1 уметь учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ	
5.уметь ориентироваться в экономических аспектах функционирования СМИ (процесс и источники формирования бюджета газетных или журнальных редакций, теле-, ра-диокомпаний, финансовая и ценовая политика, рекламная деятельность и т.п.)	Практические занятия; Самостоятельная работа
ПК.10.В/ПА.у2 уметь, продвигая медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	
6.уметь выполнять менеджерские функции в рамках должностных обязанностей	Практические занятия; Самостоятельная работа

3. Содержание и структура учебной дисциплины

Таблица 3.1

Темы лекций	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 7				
Дидактическая единица: СМИ как субъект рынка				

1. Двойственность СМИ. Масс-медиа как социальный институт и экономический субъект. Экономика как новая сфера деятельности СМИ. Место средства массовой информации в экономике. Отличия в целях, функциях и задачах средства массовой информации и медиапредприятия. Сущность экономики средств массовой информации («медиа-экономикс»).	0	2	1, 2, 3	лекция
2. Масс-медиа как товар. Специфика журналистского производства. Журналистская информация как специфический продукт этого производства. Ее особенности. Сущность товара СМИ. Двойственный характер экономической деятельности медиапредприятия. Характер услуг медиапредприятия на рынке конечных потребителей (читателей, радиослушателей, телезрителей). Характер услуг медиапредприятия для юридических и физических лиц.	0	2	1, 2, 3	лекция
3. Рынок СМИ, его структура и инфраструктура. Политэкономическое и маркетинговое понимание рынка. Сущность понятий «информационный рынок», «медийный рынок» и «рынок средств массовой информации». Субъекты рынка СМИ. Продавцы и потребители на рынке СМИ. Критерии, по которым можно рассматривать структуру рынка средств массовой информации. Инфраструктура рынка СМИ и ее специфика.	0	2	1, 2, 3	лекция
Дидактическая единица: Предпринимательство и СМИ				
4. Предпринимательство в сфере СМИ. Сущность предпринимательства. Специфика бизнеса в сфере медиа. Субъекты предпринимательства в СМИ. Учредители, редакция и издательство. Проблемы собственности в СМИ. Государственная поддержка медийного бизнеса.	0	2	1, 2, 3	лекция

5. Механизм функционирования медиапредприятия. Возможные организационно-правовые формы предприятий СМИ. Законодательная база существования медиа как юридического лица. Документы редакции, регулирующие ее экономическую деятельность. Цели и задачи создания и развития предприятия СМИ. Предприятие СМИ с правовой и экономической точек зрения. Цели создания медиа. Внутренняя и внешняя среда предприятия СМИ. Конкуренция как важнейшая составляющая внешней среды масс-медиа. Рыночная модель предприятия СМИ. Структура предприятия; процессы, осуществляемые на предприятии, функции управления и организации на предприятии СМИ.	0	2	1, 2, 3	лекция
Дидактическая единица: Факторы производства СМИ				
6. Основные и оборотные средства медиапредприятия. Сущность и структура основных фондов медиа. Виды оценки основных фондов. Износ и амортизация основных фондов. Показатели и пути улучшения использования основных фондов. Оборотные фонды и фонды обращения. Кругооборот оборотных средств. Показатели использования оборотных средств.	0	2	1, 2, 3	лекция

7. Трудовые ресурсы и финансово-вые средства медиапредприятия. Кадровый потенциал предприятия СМИ. Количе-ственные и качественные характеристики трудовых ресурсов медиапредприятия. Производительность труда. Управление персона-лом. Мотивация и оплата труда. Особенности управления кадрами в редакции. Финансовый механизм. Финансовые ресурсы ме-диапредприятия. Собственные и заемные средства медиапредприятия. Финансовое планирование. Фи-нансовая база средства массовой информации. Рен-табельность редакции.	0	2	1, 2, 3	лекция
Дидактическая единица: Экономические результаты деятельности СМИ				
8. Расходы и доходы медиапредприятия. Расходная и доходная часть бюджета медиапредприятия. Основные затраты медиапредприятия. Формирование сметы затрат на медиапроизводство. Доходная часть бюджета медиапредприятия. Источники доходов медиапредприятия. Ценовая, тираж-ная и рекламная политика медиапредприятия. Фор-мирование и использование прибыли медиапредприятия.	0	2	1, 2, 3	лекция
9. Экономическая и социальная эффективность медиапредприятия. Сущность, критерии и показатели экономической эффективности производства. Внутренняя и внеш-няя по отношению к редакции социальная и эконо-мическая эффективность. Общая и сравнительная экономическая эффективность затрат. Основные направления повышения эффективности производства.	0	1	1, 2, 3	лекция
Дидактическая единица: Основы менеджмента				

10. Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ. Менеджмент как вид деятельности СМИ. Функции медиаменеджмента. Критерии успеха медиаменеджмента. Сущность и особенности редакционного менеджмента.	0	1	1, 2, 3	лекция
---	---	---	---------	--------

Таблица 3.2

Темы практических занятий	Активные формы, час.	Часы	Ссылки на результаты обучения	Учебная деятельность
Семестр: 7				
Дидактическая единица: СМИ как субъект рынка				
1. Двойственность СМИ.	1	2	3, 4, 5	Чтение учебных текстов. Работа в группе
2. Масс-медиа как товар	1	2	3, 4, 5	Чтение учебных текстов. Работа в группе
3. Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	1	2	3, 4, 5, 6	Чтение учебных текстов. Работа в группе
Дидактическая единица: Предпринимательство и СМИ				
4. Предпринимательство в сфере СМИ	1	2	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группе
5. Механизм функционирования медиапредприятия.	1	2	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группе
Дидактическая единица: Факторы производства СМИ				
6. Основные и оборотные средства медиапредприятия.	1	2	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группе
7. Трудовые ресурсы и финансово-вые средства медиапредприятия	1	2	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группе
Дидактическая единица: Экономические результаты деятельности СМИ				
8. Расходы и доходы медиапредприятия	1	2	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группе
9. Экономическая и социальная эффективность медиапредприятия	1	1	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группах
Дидактическая единица: Основы менеджмента				
10. Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ	1	1	4, 5, 6	Чтение учебных текстов, работа в группе

4. Самостоятельная работа обучающегося

№	Виды самостоятельной работы	Ссылки на результаты обучения	Часы на выполнение	Часы на консультации
Семестр: 7				
1	Контрольные работы	1, 2, 3, 4	2	1

Выполнение заданий: Асланова И. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. В. Асланова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000157499 . - Загл. с экрана. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. - М., 2010				
2	Подготовка к занятиям	1, 2, 3, 4	15	4
Чтение учебной литературы: Асланова И. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. В. Асланова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000157499 . - Загл. с экрана. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. - М., 2010				
3	Подготовка к аттестации	1, 2, 3, 4, 5, 6	10	2
Чтение учебной литературы, повторение пройденного: Асланова И. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. В. Асланова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000157499 . - Загл. с экрана. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. - М., 2010				

5. Технология обучения

Для организации и контроля самостоятельной работы обучающихся, а также проведения консультаций применяются информационно-коммуникационные технологии (табл. 5.1).

Таблица 5.1

Деятельность	Информационно-коммуникационные технологии
Информирование	e-mail:bukaty@corp.nstu.ru

Таблица 5.2

Активные и интерактивные формы проведения занятий

№	Наименование активных форм
1	РКМЧП
Краткое описание применения: Развитие критического мышления через чтение и письмо	

6. Правила аттестации обучающихся по учебной дисциплине

Для аттестации обучающихся по дисциплине используется балльно-рейтинговая система (БРС), позволяющая выставять оценки по традиционной шкале и 15-уровневой ECTS.

Краткая информация о БРС приведена в табл. 6.1.

Таблица 6.1

Оцениваемые виды деятельности обучающихся	Максимальный балл
Семестр: 7	
<i>Подготовка к занятиям:</i>	5
<i>Лекция:</i>	20
<i>Практические занятия:</i>	25
<i>Контрольные работы:</i>	10
<i>Экзамен:</i>	40

В таблице 6.2 представлено соответствие форм контроля заявляемым требованиям к результатам освоения дисциплины.

Таблица 6.2

Коды компетенций ФГОС	Результаты обучения	Формы контроля	
		Контр. раб.	Экзамен
ОПК.11	з3. знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	+	+
	у1. уметь учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ		+
	ПК.10.В/ПА з1. знать принципы реализации медиапроекта, продвижения медиапродукта на информационном рынке	+	+
	ПК.10.В/ПА у1. уметь реализовать медиапроект, планируя работу,		+
	ПК.10.В/ПА у2. уметь, продвигая медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать с техническими службами		+

Фонд оценочных средств по дисциплине представлен в приложении № 1 к рабочей программе.

7. Литература

Основная литература

1. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706> - Загл. с экрана.
2. Теория и практика массовой информации: Учебник / А.А. Марков, О.И. Молчанова, Н.В. Полякова. - М.: НИЦ ИНФРА-М, 2014. - 252 с.: 60х90 1/16. - (Высшее образование: Бакалавриат). (переплет) ISBN 978-5-16-006505-2, 500 экз. - Режим доступа: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=394706> - Загл. с экрана.
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ : [учебное пособие для вузов / М. В. Блинова и др.] ; отв. ред. Е. Л. Вартанова. - Москва, 2013. - 462, [2] с. : ил., табл.
4. Назайкин А. Н. Медиапланирование : учебное пособие / А. Н. Назайкин. - М., 2010. - 395, [1] с. : табл.

Дополнительная литература

1. Полукаров В. Л. Основы менеджмента : учебное пособие для вузов / В. Л. Полукаров ; Моск. фин.-пром. акад., Ин-т упр. и образоват. технологий. - М., 2007. - 238, [1] с. : ил., табл.
2. Гуревич С. М. Экономика отечественных СМИ : учебное пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / С. М. Гуревич. - М., 2004. - 287, [1] с.. - Авт на бол. не указан.
3. Средства массовой информации России : учебное пособие по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / [М. И. Алексеева и др.] ; под ред. Я. Н. Засурского ; науч. ред. Е. Л. Вартанова, М. В. Шкондин ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. - М., 2005. - 381, [2] с.
4. Фомичева И. Д. Социология СМИ : [учебное пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика"] / И. Д. Фомичева. - М., 2007. - 333, [1] с. : табл.
5. Щепилова Г. Г. Введение в рекламоведение : учебник / Щепилова Г. Г., Щепилов К. В., Краснюк В. М. - М., 2002. - 303 с. : табл.

Интернет-ресурсы

1. ЭБС НГТУ : <http://elibrary.nstu.ru/>

2. ЭБС «Издательство Лань» : <https://e.lanbook.com/>
3. ЭБС IPRbooks : <http://www.iprbookshop.ru/>
4. ЭБС "Znaniium.com" : <http://znaniium.com/>
5. :

8. Методическое и программное обеспечение

8.1 Методическое обеспечение

1. Асланова И. В. Основы менеджмента [Электронный ресурс] : электронный учебно-методический комплекс / И. В. Асланова ; Новосиб. гос. техн. ун-т. - Новосибирск, [2011]. - Режим доступа: http://elibrary.nstu.ru/source?bib_id=vtls000157499. - Загл. с экрана.
2. Иваницкий В. Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие / В. Л. Иваницкий. - М., 2010

8.2 Специализированное программное обеспечение

- 1 Microsoft Windows
- 2 Microsoft Office

9. Материально-техническое обеспечение

Презентационное оборудование

№	Наименование	Назначение
1	Презентационное оборудование (мультимедиа-проектор, экран, компьютер для управления)	Используется при проведении лекций и практических занятий для демонстрации презентаций

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»

Кафедра филологии

“УТВЕРЖДАЮ”
ДЕКАН ФГО
д.ф.н., профессор М.В. Ромм
“ ” _____ г.

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Экономика и менеджмент в средствах массовой информации

Образовательная программа: 42.03.02 Журналистика, профиль: Конвергентная журналистика

1. Обобщенная структура фонда оценочных средств учебной дисциплины

Обобщенная структура фонда оценочных средств по дисциплине Экономика и менеджмент в средствах массовой информации приведена в Таблице.

Таблица

Формируемые компетенции	Показатели сформированности компетенций (знания, умения, навыки)	Темы	Этапы оценки компетенций	
			Мероприятия текущего контроля (курсовой проект, РГЗ(Р) и др.)	Промежуточная аттестация (экзамен, зачет)
ОПК.11/ПА способность учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	з3. знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента	Масс-медиа как товар Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ. Менеджмент как вид деятельности СМИ. Функции медиаменеджмента. Критерии успеха медиаменеджмента. Сущность и особенности редакционного менеджмента. Рынок СМИ, его структура и инфраструктура	Контрольная работа	Экзамен, вопросы 1-18
ОПК.11/ПА	у1. уметь учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ	Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ Расходы и доходы медиапредприятия Экономическая и социальная эффективность медиапредприятия	Контрольная работа	Экзамен, вопросы 1-18
ПК.10.В/ПА готовность участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать со службами технической поддержки	з1. знать принципы реализации медиапроекта, продвижения медиапродукта на информационном рынке	Двойственность СМИ. Масс-медиа как социальный институт и экономический субъект. Экономика как новая сфера деятельности СМИ. Место средства массовой информации в экономике. Отличия в целях, функциях и задачах средства массовой информации и медиапредприятия. Сущность экономики средств массовой информации («медиа-экономика»). Масс-медиа как товар. Специфика журналистского производства. Журналистская информация	Контрольная работа	Экзамен, вопросы 1-18

		как специфический продукт этого производства. Ее особенности. Сущность товара СМИ. Двойственный характер экономической деятельности медиапредприятия. Характер услуг медиапредприятия на рынке конечных потребителей (читателей, радиослушателей, телезрителей). Характер услуг медиапредприятия для юридических и физических лиц. Механизм функционирования медиапредприятия. Возможные организационно-правовые формы предприятий СМИ. Законодательная база существования медиа как юридического лица. Документы редакции, регулирующие ее экономическую деятельность. Цели и задачи создания и развития предприятия СМИ. Предприятие СМИ с правовой и экономической точек зрения. Цели создания медиа. Внутренняя и внешняя среда предприятия СМИ. Конкуренция как важнейшая составляющая внешней среды масс-медиа. Рыночная модель предприятия СМИ. Структура предприятия; процессы, осуществляемые на предприятии, функции управления и организации на предприятии СМИ. Предпринимательство в сфере СМИ. Сущность предпринимательства. Специфика бизнеса в сфере медиа. Субъекты предпринимательства в СМИ. Учредители, редакция и издательство. Проблемы собственности в СМИ. Государственная поддержка медийного бизнеса. Рынок СМИ, его структура и инфраструктура. Политэкономическое и маркетинговое понимание рынка. Сущность понятий «информационный рынок», «медийный рынок» и «рынок средств массовой информации». Субъекты рынка СМИ. Продавцы и потребители на рынке СМИ. Критерии, по которым можно рассматривать структуру рынка средств массовой информации. Инфраструктура рынка СМИ и ее специфика.		
--	--	--	--	--

ПК.10.В/ПА	у1. уметь реализовать медиапроект, планируя работу,	Менеджмент как вид деятельности и система управления СМИ Расходы и доходы медиапредприятия Экономическая и социальная эффективность медиапредприятия	Контрольная работа	Экзамен, вопросы 9-13
ПК.10.В/ПА	у2. уметь, продвигая медиапродукт на информационном рынке, работать в команде, сотрудничать с техническими службами	Расходы и доходы медиапредприятия	Контрольная работа	Экзамен, вопросы 12-13

2. Методика оценки этапов формирования компетенций в рамках дисциплины.

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в 7 семестре - в форме экзамена, который направлен на оценку сформированности компетенций ОПК.11/ПА, ПК.10.В/ПА.

Форма проведения экзамена описана в Паспорте экзамена.

Кроме того, сформированность компетенций проверяется при проведении мероприятий текущего контроля, указанных в таблице раздела 1.

В 7 семестре обязательным этапом текущей аттестации является контрольная работа. Требования к выполнению контрольной работы, состав и правила оценки сформулированы в паспорте контрольной работы.

Общие правила выставления оценки по дисциплине определяются балльно-рейтинговой системой, приведенной в рабочей программе учебной дисциплины.

На основании приведенных далее критериев можно сделать общий вывод о сформированности компетенций ОПК.11/ПА, ПК.10.В/ПА, за которые отвечает дисциплина, на разных уровнях.

Общая характеристика уровней освоения компетенций.

Ниже порогового. Уровень выполнения работ не отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, пробелы могут носить существенный характер, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы не достаточно, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнены или выполнены с существенными ошибками.

Пороговый. Уровень выполнения работ отвечает большинству основных требований, теоретическое содержание курса освоено частично, но пробелы не носят существенного характера, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы, большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые виды заданий выполнены с ошибками.

Базовый. Уровень выполнения работ отвечает всем основным требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, некоторые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы недостаточно, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые из выполненных заданий, возможно, содержат ошибки.

Продвинутый. Уровень выполнения работ отвечает всем требованиям, теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов, необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы, все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному.

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Новосибирский государственный технический университет»
Кафедра филологии

Паспорт экзамена

по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации», 7 семестр

1. Методика оценки

Экзамен проводится в устной форме, по билетам. Билет формируется по следующему правилу: первый вопрос выбирается из диапазона вопросов по разделу «Рыночные отношения в СМИ», второй вопрос из диапазона вопросов раздела «Менеджмент и финансы в СМИ» (список вопросов приведен ниже). В ходе экзамена преподаватель вправе задавать студенту дополнительные вопросы из общего перечня (п. 4).

Форма экзаменационного билета

НОВОСИБИРСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
Факультет ФГО

Билет № 3

к экзамену по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

1. Производство услуг. Цели медиапредприятия.
2. Финансовые средства медиапредприятия.

Утверждаю: зав. кафедрой филологии _____ доцент Г.М.Мандрикова
(подпись) (дата)

2. Критерии оценки

- Ответ на экзаменационный билет считается **неудовлетворительным**, если студент при ответе на вопросы не дает определений основных понятий, не способен показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает принципиальные ошибки, оценка составляет *0-7 баллов (из возможного максимума 40 баллов)*.
- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **пороговом** уровне, если студент при ответе на вопросы дает определение основных понятий, может показать причинно-следственные связи явлений, при решении задачи допускает не принципиальные ошибки, оценка составляет *8-15 баллов*.
- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **базовом** уровне, если студент при ответе на вопросы формулирует основные понятия, законы, дает характеристику процессов, явлений, проводит анализ причин, условий, может представить качественные характеристики процессов, не допускает ошибок, оценка составляет *16-30 баллов*.

- Ответ на экзаменационный билет засчитывается на **продвинутом** уровне, если студент при ответе на вопросы проводит сравнительный анализ подходов, проводит комплексный анализ, выявляет проблемы, предлагает механизмы решения, способен представить количественные характеристики определенных процессов, приводит конкретные примеры из практики, не допускает ошибок, оценка составляет *31-40 баллов*.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине экзаменационные баллы учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Вопросы к экзамену по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

1. Двойственность СМИ.
2. Масс-медиа как товар.
3. Рынок СМИ. Его структура и инфраструктура.
4. Предпринимательство в сфере СМИ.
5. Производство услуг. Цели медиапредприятия.
6. Механизм функционирования медиапредприятия.
7. Основные средства медиапредприятия.
8. Организационно-правовые формы медиапредприятия.
9. Оборотные средства медиапредприятия.
10. Трудовые ресурсы медиапредприятия.
11. Финансовые средства медиапредприятия.
12. Затраты медиапредприятия.
13. Доходная часть бюджета редакции.
14. Ценовая политика редакции.
15. Прибыль редакции.
16. Социальное и экономическое понятия эффективности журналистской деятельности.
17. Сущность критерий и показатели экономической эффективности производства.
18. Общая и сравнительная эффективность затрат.

Паспорт контрольной работы

по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации», 7 семестр

1. Методика оценки

Контрольная работа проводится по теме «Рыночные отношения в СМИ», включает 2 задания. Выполняется письменно.

2. Критерии оценки

Каждое задание контрольной работы оценивается в соответствии с приведенными ниже критериями.

Контрольная работа считается **невыполненной**, если студент допускает большое количество грубых ошибок или отказывается от ответа. Оценка составляет **0-2** баллов.

Работа выполнена на **пороговом** уровне, если студент допускает небольшое количество ошибок, дает верные, но не развернутые ответы, без аргументации и примеров. Оценка составляет **3** баллов.

Работа выполнена на **базовом** уровне, если студент дает верные ответы с мелкими ошибками в аргументации или недостаточной аргументацией. Оценка составляет **4** баллов.

Работа считается выполненной на **продвинутом** уровне, если студент дает верные ответы с развернутой аргументацией, примерами. Оценка составляет **5** баллов.

3. Шкала оценки

В общей оценке по дисциплине баллы за контрольную работу учитываются в соответствии с правилами балльно-рейтинговой системы, приведенными в рабочей программе дисциплины.

4. Пример варианта контрольной работы

Пример заданий

1. Рынок СМИ. Его структура и инфраструктура.
2. Ценовая политика редакции.