

**МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ**
**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**
**«КАРАЧАЕВО-ЧЕРКЕССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ У.Д. АЛИЕВА»**

Институт филологии

Кафедра литературы и журналистики



Замдиректора ИнФ

М.Д. Тамбиева

2023 г.

Рабочая программа дисциплины

Экономика и менеджмент СМИ

(наименование дисциплины (модуля))

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

(шифр, название направления)

Направленность (профиль) подготовки

«Общий профиль»

Квалификация выпускника

бакалавр

Форма обучения

Очная/заочная

Год начала подготовки – 2019

Карачаевск, 2023

Составитель: доц. Токова А. Р.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 №524, основной профессиональной образовательной программой высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, профиль - Общий профиль; ОП, локальными актами КЧГУ.

Рабочая программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры литературы и журналистики на 2023-2024 уч. год.

Протокол № 10 от 22.06.2023 г.

Зав. кафедрой



Чотчаева М.Х.

СОДЕРЖАНИЕ

<u>1. Наименование дисциплины (модуля)</u>	4
<u>2. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы</u>	4
<u>3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы</u>	4
<u>4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся</u>	5
<u>5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий</u>	5
<u>5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)</u>	5
<u>5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий</u>	10
<u>5.3. Примерная тематика курсовых работ</u>	10
<u>5.4. Самостоятельная работа и контроль успеваемости</u>	10
<u>6. Образовательные технологии</u>	10
<u>7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)</u>	12
<u>7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций</u>	12
<u>7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины</u>	14
<u>7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:</u>	14
<u>7.2.2. Примерные вопросы к итоговой аттестации (зачет)</u>	15
<u>7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов</u>	17
<u>7.2.4. Бально-рейтинговая система оценки знаний бакалавров</u>	19
<u>8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса</u>	21
<u>8.1. Основная литература:</u>	21
<u>8.2. Дополнительная литература:</u>	21
<u>9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)</u>	21
<u>10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)</u>	22
<u>10.1. Общесистемные требования</u>	22
<u>10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины</u>	22
<u>10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения</u>	23
<u>10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы</u>	23
<u>11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья</u>	24
<u>12. Лист регистрации изменений</u>	26

1. Наименование дисциплины (модуля)

Экономика и менеджмент СМИ

Целью изучения дисциплины является:

формирование у обучающихся общих представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях менеджмента.

Для достижения цели ставятся задачи:

1. комплексно изучить специфику и широкие экономические возможности различных типов СМИ;
2. ориентироваться в маркетинговой политике СМИ;
3. освоить современную финансовую стратегию маркетинга для разных типов.
4. освоить основные принципы менеджмента предприятий СМИ.

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Дисциплина «Экономика и менеджмент СМИ» (Б1.В.14) относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, Б.1 учебного плана. Дисциплина (модуль) изучается на 4 курсе в 7 семестре.	
Индекс	Б1.В.14
Требования к предварительной подготовке обучающегося:	
Для успешного освоения дисциплины студент должен иметь знания, сформированные в процессе изучения следующих дисциплин: «Основы журналистской деятельности», «Система СМИ», «Выпуск учебных СМИ», «Экономика» и другие.	
Дисциплины и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:	
Изучение дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» необходимо для успешного освоения следующих дисциплин: «Актуальные проблемы современности и журналистика», «Современная пресс-служба», «Реклама и связи с общественностью» и другие.	

3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Процесс изучения дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» направлен на формирование следующих компетенций обучающегося:

Код компетенций	Содержание компетенции в соответствии с ФГОС ВО/ ПООП/ ООП	Индикаторы достижения компетенций	Декомпозиция компетенций (результаты обучения) в соответствии с установленными индикаторами
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1. Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики УК-9.2. Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели УК-9.3. Владеет навыками	Знать: понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели Владеть: навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с

		применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
ПК-2	Отслеживание информационных поводов и планирование деятельности	<p>-2.1. Выбирает достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.</p> <p>ПК-2.2. Определяет, находит и разрабатывает актуальные интересные темы для целевой аудитории; работает над использованием приемов эффективной коммуникации; анализирует большой объем информации; учитывает сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом.</p> <p>ПК-2.3. Работает над совершенствованием навыков поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласовывает темы будущего материала с редакцией; выполняет задания редакции по сбору информации; изучает специфику и особенности освещаемой темы; работает над определением основной сюжетной линии будущего материала; составляет график работы для соблюдения сроков задания; работает над подготовкой предложений для разработки текущих и</p>	<p>Знать: достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.</p> <p>Уметь: определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом.</p> <p>Владеть: навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции</p>

		перспективных планов редакции	
--	--	----------------------------------	--

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость (объем) дисциплины (модуля) составляет 3 з.е., 108 академических часов.

Объем дисциплины	Всего часов	Всего часов
	для очной формы обучения	для заочной формы обучения
Общая трудоемкость дисциплины	108	108
Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) * (всего)		
Аудиторная работа (всего):	36	8
в том числе:		
лекции	18	4
семинары, практические занятия	18	4
практикумы	Не предусмотрено	
лабораторные работы	Не предусмотрено	
Внеаудиторная работа:		
консультация перед зачетом		
Внеаудиторная работа также включает индивидуальную работу обучающихся с преподавателем, групповые, индивидуальные консультации и иные виды учебной деятельности, предусматривающие групповую или индивидуальную работу обучающихся с преподавателем), творческую работу (эссе), рефераты, контрольные работы и др.		
Самостоятельная работа обучающихся (всего)	36	92
Контроль самостоятельной работы	36	8
Вид промежуточной аттестации обучающегося (зачет / экзамен)	экзамен	экзамен

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

5.1. Разделы дисциплины и трудоемкость по видам учебных занятий (в академических часах)

Для очной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)						
			всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа	Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
				Лек	Пр	Лаб			
	Раздел 1. Экономическая деятельность СМИ	14	4	4		6			
•	Тема: Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Обсуждение в группе	
•	Тема: Массовая информация как товар на	2				2	УК-9 ПК-2	Сообщение	

	информационном рынке /ср/							
•	Тема: Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Доклад с презентацией
•	Тема: Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Сообщение
•	Тема: Формы организации медиабизнеса /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Дискуссия
•	Тема: Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием. /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Реферат
•	Тема: Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Устный опрос
	Раздел 2. Редакционный маркетинг	24	6	6		12		Творческое задание
•	Тема: Финансовый капитал на информационном рынке /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Дискуссия
•	Тема: Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Реферат
•	Тема: Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Устный опрос
•	Тема: Исследование рынка покупателей /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Бюджет редакции печатного периодического издания. /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Реферат
•	Тема: Ценовая политика редакции, её направления /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Доклад с презентацией
•	Тема: Редакционно-издательский маркетинг /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Доклад с презентацией
•	Тема: Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Планирование и методы маркетинга /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Групповое обсуждение

•	Тема: Экономические принципы редакционной деятельности /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Служба маркетинга /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Устный опрос
•	Тема: Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Тестовые задания
	Раздел 3. Производственный менеджмент редакции	8	2	2		4		
•	Тема: Особенности редакционного менеджмента /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Групповое обсуждение
•	Тема: Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организованные принципы редакционной деятельности /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Менеджмент и управление редакционным коллективом /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Устный опрос
•	Тема: Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Реферат
	Раздел 4. Менеджмент СМИ	18	6	4		8		
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Групповое обсуждение
•	Тема: Кадровый менеджмент /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
	Тема: Распространение периодического издания /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Сообщение
•	Тема: Себестоимость изданий и пути ее снижения /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Менеджмент и бизнес-план редакции /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Групповое обсуждение
•	Тема: Методы распространения и реализации тиража /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Ценовая политика редакции /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Доклад с презентацией
•	Тема: Редакционная служба распространения /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Доклад с презентацией

	Раздел 5. Этическая сторона производственной деятельности журналистов	8	2	2		4		
•	Тема: Менеджмент и этика /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Дискуссия
•	Тема: Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Доклад
•	Тема: Менеджмент, правовые и этические нормы СМИ /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Устный опрос
•	Тема: Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Тестирование
	Контроль самостоятельной работы				36			
	Всего	108	18	18	36	36		

Для заочной формы обучения

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Общая трудоемкость (в часах)	Виды учебных занятий, включая самостоятельную работу обучающихся и трудоемкость (в часах)					Планируемые результаты обучения	Формы текущего контроля
			всего	Аудиторные уч. занятия			Сам. работа		
				Лек	Пр	Лаб			
	Раздел 1. Экономическая деятельность СМИ	20	4	4			12		
	Тема: Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Устный опрос	
•	Тема: Массовая информация как товар на информационном рынке /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Реферат	
•	Тема: Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура /нз/	2		2			УК-9 ПК-2	Доклад с презентацией	
•	Тема: Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Творческое задание	
•	Тема: Формы организации медиабизнеса /лз/	2	2				УК-9 ПК-2	Дискуссия	
•	Тема: Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Реферат	
•	Тема: Организационно-правовые формы в сфере	2		2			УК-9 ПК-2	Обсуждение в	

	информационного бизнеса <i>/пз/</i>						группе
	Раздел 2. Редакционный маркетинг	24				24	
•	Тема: Финансовый капитал на информационном рынке <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Реферат
•	Тема: Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Реферат
•	Тема: Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Сообщение
•	Тема: Исследование рынка покупателей. <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Творческое задание
•	Тема: Бюджет редакции печатного периодического издания. <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Сообщение
•	Тема: Ценовая политика редакции, её направления <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Сообщение
•	Тема: Редакционно-издательский маркетинг <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Сообщение
•	Тема: Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Тестирование
•	Тема: Планирование и методы маркетинга <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Творческое задание
•	Тема: Экономические принципы редакционной деятельности <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Сообщение
•	Тема: Служба маркетинга <i>/ср/</i>	2				2	УК-9 ПК-2 Сообщение
•	Тема: Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента <i>/ср/</i>	4				4	УК-9 ПК-2 Сообщение
	Раздел 3. Производственный менеджмент редакции	16				16	
•	Тема: Особенности редакционного менеджмента <i>/ср/</i>	4				4	УК-9 ПК-2 Доклад
•	Тема: Менеджмент и структура редакционного коллектива. Организованные принципы редакционной деятельности <i>/ср/</i>	4				4	УК-9 ПК-2 Доклад
•	Тема: Менеджмент и управление редакционным коллективом <i>/ср/</i>	4				4	УК-9 ПК-2 Доклад

•	Тема: Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Тестирование
	Раздел 4. Менеджмент СМИ	24				24		
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Доклад
•	Тема: Кадровый менеджмент /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Доклад
	Тема: Распространение периодического издания /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Себестоимость изданий и пути ее снижения /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Доклад
•	Тема: Менеджмент и бизнес-план редакции /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Доклад
•	Тема: Методы распространения и реализации тиража /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Ценовая политика редакции /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Сообщение
•	Тема: Редакционная служба распространения /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Менеджмент и периодическое издание /ср/	2				2	УК-9 ПК-2	Творческое задание
	Раздел 5. Этическая сторона производственной деятельности журналистов	16				16		
•	Тема: Менеджмент и этика /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Сообщение
•	Тема: Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Творческое задание
•	Тема: Менеджмент, правовые и этические нормы СМИ /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Тестирование
•	Тема: Экономическая целесообразность и эффективность соблюдения норм закона в процессе редакционного менеджмента /ср/	4				4	УК-9 ПК-2	Творческое задание
	Контроль самостоятельной работы	8			8			
	Всего	108	4	4	8	92		

5.2. Тематика и краткое содержание лабораторных занятий

Учебным планом не предусмотрены

5.3. Примерная тематика курсовых работ

Учебным планом не предусмотрены

6. Образовательные технологии

При проведении учебных занятий по дисциплине используются традиционные и инновационные, в том числе информационные образовательные технологии, включая при необходимости применение активных и интерактивных методов обучения.

Традиционные образовательные технологии реализуются, преимущественно, в процессе лекционных и практических (семинарских, лабораторных) занятий. Инновационные образовательные технологии используются в процессе аудиторных занятий и самостоятельной работы студентов в виде применения активных и интерактивных методов обучения.

Информационные образовательные технологии реализуются в процессе использования электронно-библиотечных систем, электронных образовательных ресурсов и элементов электронного обучения в электронной информационно-образовательной среде для активизации учебного процесса и самостоятельной работы студентов.

Развитие у обучающихся навыков командной работы, межличностной коммуникации, принятия решений и лидерских качеств при проведении учебных занятий.

Практические (семинарские занятия относятся к интерактивным методам обучения и обладают значительными преимуществами по сравнению с традиционными методами обучения, главным недостатком которых является известная изначальная пассивность субъекта и объекта обучения.

Практические занятия могут проводиться в форме групповой дискуссии, «мозговой атаки», разборка кейсов, решения практических задач и др. Прежде, чем дать группе информацию, важно подготовить участников, активизировать их ментальные процессы, включить их внимание, развивать кооперацию и сотрудничество при принятии решений.

Методические рекомендации по проведению различных видов практических (семинарских) занятий.

1. Обсуждение в группах

Групповое обсуждение какого-либо вопроса направлено на нахождение истины или достижение лучшего взаимопонимания, Групповые обсуждения способствуют лучшему усвоению изучаемого материала.

На первом этапе группового обсуждения перед обучающимися ставится проблема, выделяется определенное время, в течение которого обучающиеся должны подготовить аргументированный развернутый ответ.

Преподаватель может устанавливать определенные правила проведения группового обсуждения:

- задавать определенные рамки обсуждения (например, указать не менее 5... 10 ошибок);

- ввести алгоритм выработки общего мнения (решения);

- назначить модератора (ведущего), руководящего ходом группового обсуждения.

На втором этапе группового обсуждения вырабатывается групповое решение совместно с преподавателем (арбитром).

Разновидностью группового обсуждения является круглый стол, который проводится с целью поделиться проблемами, собственным видением вопроса, познакомиться с опытом, достижениями.

2. Публичная презентация проекта

Презентация – самый эффективный способ донесения важной информации как в разговоре «один на один», так и при публичных выступлениях. Слайд-презентации с использованием мультимедийного оборудования позволяют эффективно и наглядно

представить содержание изучаемого материала, выделить и проиллюстрировать сообщение, которое несет поучительную информацию, показать ее ключевые содержательные пункты. Использование интерактивных элементов позволяет усилить эффективность публичных выступлений.

3. Дискуссия

Как интерактивный метод обучения означает исследование или разбор. Образовательной дискуссией называется целенаправленное, коллективное обсуждение конкретной проблемы (ситуации), сопровождающейся обменом идеями, опытом, суждениями, мнениями в составе группы обучающихся.

Как правило, дискуссия обычно проходит три стадии: ориентация, оценка и консолидация. Последовательное рассмотрение каждой стадии позволяет выделить следующие их особенности.

Стадия ориентации предполагает адаптацию участников дискуссии к самой проблеме, друг другу, что позволяет сформулировать проблему, цели дискуссии; установить правила, регламент дискуссии.

В стадии оценки происходит выступление участников дискуссии, их ответы на возникающие вопросы, сбор максимального объема идей (знаний), предложений, пресечение преподавателем (арбитром) личных амбиций отклонений от темы дискуссии.

Стадия консолидации заключается в анализе результатов дискуссии, согласовании мнений и позиций, совместном формулировании решений и их принятии.

В зависимости от целей и задач занятия, возможно, использовать следующие виды дискуссий: классические дебаты, экспресс-дискуссия, текстовая дискуссия, проблемная дискуссия, ролевая (ситуационная) дискуссия.

7. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

7.1. Описание шкал оценивания степени сформированности компетенций

Уровни сформированности компетенций	Индикаторы	Качественные критерии оценивание			
		2 балла	3 балла	4 балла	5 баллов
УК-9					
Базовый	Знать: понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики	Не знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики	В целом знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики	Знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики	
	Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	Не умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	В целом умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	Умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели	
	Владеть: навыками	Не владеет навыками	В целом владеет навыками	Владеет навыками	

	применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности	
Повышенный	Знать: понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики				В полном объеме знает понятийный аппарат экономической науки, базовые принципы функционирования экономики, цели и механизмы основных видов социальной экономической политики
	Уметь: использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели				В полном объеме умеет использовать методы экономического и финансового планирования для достижения поставленной цели
	Владеть: навыками применения экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности				В полном объеме владеет применением экономических инструментов для управления финансами, с учетом экономических и финансовых рисков в различных областях жизнедеятельности
ПК-2					
Базовый	Знать: достоверные источники информации; разрабатывает технологии и	Не знает источники информации; технологии и методы поиска информации;	В целом знает источники информации; технологии и методы поиска информации;	Знает источники информации; технологии и методы поиска информации;	

	методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.	специальные знания в информационной специализации СМИ; приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.	специальные знания в информационной специализации СМИ; приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.	специальные знания в информационной специализации СМИ; приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.	
	Уметь: определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом.	Не умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом	В целом умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом	Умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим процессом	
	Владеть: навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы;	Не владеет навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы;	В целом владеет навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы;	Владеет навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы;	

	определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции	
Повышенный	Знать: достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы.				В полном объеме знает достоверные источники информации; разрабатывает технологии и методы поиска информации; имеет специальные знания в информационной специализации СМИ; придумывает приемы выстраивания сюжета, принципы и подходы к планированию журналистской работы
	Уметь: определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и технологическим				В полном объеме умеет определять, находить и разрабатывать актуальные интересные темы для целевой аудитории; работать над использованием приемов эффективной коммуникации; анализировать большой объем информации; учитывать сроки выполнения работы в соответствии с внутренним распорядком организации и

процессом.				технологическим процессом.
Владеть: навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции				В полном объеме владеет навыками поиска событий, явлений, фактов как основы материала; согласования темы будущего материала с редакцией; получения задания и сбор информации по специализации, определяемой редакцией; изучением специфики и особенностей освещаемой темы; определением основной сюжетной линии будущего материала; составление графика работы для соблюдения сроков задания; подготовкой предложений для разработки текущих и перспективных планов редакции

7.2. Типовые контрольные задания или иные учебно-методические материалы, необходимые для оценивания степени сформированности компетенций в процессе освоения учебной дисциплины

7.2.1. Типовые темы к письменным работам, докладам и выступлениям:

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности
2. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
3. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
4. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
5. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
6. Журналистская информация как товар
7. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
8. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.

9. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
10. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
11. Рынок бумаги и полиграфических услуг
12. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
13. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
14. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций.
15. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
16. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
17. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
18. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали,
19. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций
20. Рынок бумаги и полиграфических услуг
21. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
22. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
23. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
24. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства. Точка безубыточности и критический объем производства.
25. Составляющие комплекса маркетинга.
26. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
27. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
28. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
29. Организационная структура редакции и штатное расписание.
30. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.

Критерии оценки доклада, сообщения, реферата:

- Отметка «отлично» за письменную работу, реферат, сообщение ставится, если изложенный в докладе материал:
 - отличается глубиной и содержательностью, соответствует заявленной теме;
 - четко структурирован, с выделением основных моментов;
 - доклад сделан кратко, четко, с выделением основных данных;
 - на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы.
- Отметка «хорошо» ставится, если изложенный в докладе материал:
 - характеризуется достаточным содержательным уровнем, но отличается недостаточной структурированностью;
 - доклад длинный, не вполне четкий;
 - на вопросы по теме доклада получены полные исчерпывающие ответы только после наводящих вопросов, или не на все вопросы.
- Отметка «удовлетворительно» ставится, если изложенный в докладе материал:
 - недостаточно раскрыт, носит фрагментарный характер, слабо структурирован;
 - докладчик слабо ориентируется в излагаемом материале;
 - на вопросы по теме доклада не были получены ответы или они не были правильными.
- Отметка «неудовлетворительно» ставится, если:
 - доклад не сделан;
 - докладчик не ориентируется в излагаемом материале;
 - на вопросы по выполненной работе не были получены ответы или они не были правильными.

7.2.2. Примерные вопросы к промежуточной аттестации (экзамен) УК-9 ПК-2

1. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
2. Целевой рынок, его поиск, исследование и анализ.
3. Конкуренция и ее виды. Сравнительная оценка конкурентов.
4. Сегментирование. Раздел рынка на доли между конкурентами.
5. Стратегия маркетинга и позиционирование в сегменте рынка.
6. Инновации, их виды и роль в развитии редакции.
7. Торговая марка, товарный знак, «бренд» и их продвижение. Специфика в СМИ.
8. Маркетинговые коммуникации как методы стимулирования продаж.
9. Понятие цены. Формирование цен и цели ценообразования. Эластичность и неэластичность спроса.
10. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
11. Затратный и иные методы ценообразования.
12. Редакция СМИ как предприятие. Виды предприятий по хозяйственно-правовым формам, их регистрация и ликвидация, формы собственности.
13. Формы объединений на рынке масс-медиа. Концентрация, монополизация и диверсификация в СМИ.
14. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
15. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
16. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.
17. Журналистская информация как товар
18. Понятие маркетинга и его специфика в СМИ. Принципы маркетинга. Классический и неклассический маркетинг.
19. Психология восприятия цены. Распродажи, скидки, льготы, подписка.
20. Методы распространения и каналы распределения продукции СМИ.
21. Маркетинговый и рекламный бюджет
22. Применение маркетинговых коммуникаций в ходе продвижения СМИ на медиа-рынке.
23. Понятия издержек и себестоимости продукции. Структура затрат (основные статьи расходов редакции).
24. Понятие менеджмента. Менеджмент СМИ и его функции.
25. Формы найма сотрудников. Оплата труда в редакции.
26. Медиа-бизнес и обслуживающая модель СМИ.
27. Принципы составления программы действий. Стратегическое планирование, его этапы и принципы.
28. Роль менеджера, задачи и уровни управления. Обязанности и качества руководителя.
29. Менеджмент через человеческие отношения в группе и система
30. Оценка рисков и препятствий на входе в целевой рынок. Антикризисное управление в редакции. Бюджетное управление.
31. Понятие логистики и ее применение в СМИ.
32. Инструментарий логистики в редакции (таблица обязанностей, планирование рабочего дня, график выпуска, сетевой график, понятие «deadline»).
33. Финансовый капитал предприятия (структура, источники формирования). Управление финансами: текущий контроль, финансовый план и прогноз.
34. Прибыль как показатель эффективности. Выручка, балансовая и чистая прибыль. Распределение чистой прибыли.
35. Налоговые аспекты работы редакции. Налоговая система в РФ. Виды налогов и внебюджетные фонды.
36. Основные и оборотные фонды предприятия – редакции СМИ.

37. Медиа-бизнес, его составные части и смежные отрасли.
38. Монополии в производстве и распространении СМИ, их влияние на экономику редакций. Медиа-инфляция.
39. Роль главного редактора, его управленческие обязанности.
40. Коммерческий (финансовый) директор и его функции в редакции.
41. Специфика маркетинга электронных СМИ (печатных СМИ).
42. Методы стимулирования сбыта в СМИ (конкурсы, фестивали,
43. Дотации и гранты как финансовые факторы выживания редакций
44. Рынок бумаги и полиграфических услуг
45. Внутренние и внешние источники финансирования редакций.
46. Факторы потребительского предпочтения и уровни восприятия товара.
47. Коммерческий расчет и эффективность предприятия.
48. График достижения безубыточности. Выручка, издержки, объем производства.
Точка
49. безубыточности и критический объем производства.
50. Составляющие комплекса маркетинга.
51. Бюджет редакции и его составные части (расходы, доходы).
52. Холдинг, концерн, издательский дом и трест как формы объединений на медиа-рынке.
53. Бизнес-план редакции, его свойства, структура и типология.
54. Организационная структура редакции и штатное расписание.
55. Центры финансовой ответственности и источники доходов редакции.

Критерии оценки устного ответа на вопросы по дисциплине «Экономика и менеджмент СМИ»:

- Отметка «отлично» - если ответ показывает глубокое и систематическое знание всего программного материала и структуры конкретного вопроса, а также основного содержания и новаций лекционного курса по сравнению с учебной литературой. Студент демонстрирует отчетливое и свободное владение концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией соответствующей научной области. Знание основной литературы и знакомство с дополнительно рекомендованной литературой. Логически корректное и убедительное изложение ответа.
- Отметка «хорошо» - балла - знание узловых проблем программы и основного содержания лекционного курса; умение пользоваться концептуально-понятийным аппаратом в процессе анализа основных проблем в рамках данной темы; знание важнейших работ из списка рекомендованной литературы. В целом логически корректное, но не всегда точное и аргументированное изложение ответа.
- Отметка «удовлетворительно» – фрагментарные, поверхностные знания важнейших разделов программы и содержания лекционного курса; затруднения с использованием научно-понятийного аппарата и терминологии учебной дисциплины; неполное знакомство с рекомендованной литературой; частичные затруднения с выполнением предусмотренных программой заданий; стремление логически определенно и последовательно изложить ответ.
- Отметка «неудовлетворительно» – незнание, либо отрывочное представление о данной проблеме в рамках учебно-программного материала; неумение использовать понятийный аппарат; отсутствие логической связи в ответе.

7.2.3. Тестовые задания для проверки знаний студентов

Типовое контрольное задание: тест.№1

Средства массовой информации и рынок

- 1. Что является продукцией журналистики как производства? (УК-9 ПК-2)**
 - а) журналистская информация**

- б) социальная информация
- в) информационная безопасность
- г) информационная потребность покупателя

2. Информационный рынок развивается и функционирует под воздействием следующего фактора (УК-9 ПК-2)

- а) закон экономики средств
- б) закон товарной единицы
- в) закон стоимости
- г) закон потребления

3. Регистрация нового СМИ не требуется, если тираж периодического печатного издания составляет менее ... экземпляров (УК-9 ПК-2)

- а) 10 000
- б) 500
- в) 100
- г) 1000

4. Издательский дом – это (УК-9 ПК-2)

- а) структура, при которой вокруг главной – «материнской» компании или редакции создаются финансово зависимые от нее компании или редакции периодических изданий
- б) объединение нескольких редакций, выпускающих печатные периодические издания
- в) начальная форма установления тесных экономических связей между несколькими структурами: газетной редакцией, издательством, типографией
- г) сложная форма объединения банков, промышленных предприятий, торговых, коммерческих фирм, печатных и аудиовизуальных периодических изданий, производств, обеспечивающих их бумагой и другими материалами, научно-исследовательских организаций и других структур.

Типовое контрольное задание: тест №2

Основы редакционно-издательского маркетинга

1. На основе изучения этой аудитории строится модель издания (УК-9 ПК-2)

- а) целевой
- б) потенциальной
- в) реальной
- г) региональной

2. Какая ситуация не может возникнуть в результате конкуренции между несколькими периодическими изданиями, находящимися в одном рыночном сегменте? (УК-9 ПК-2)

- а) длительная конкурентная борьба
- б) олигополия
- в) капитализация экономики
- г) монополия

3. Какой прогноз посвящен рассмотрению ситуации, которая может сложиться в каком-то одном секторе информационного рынка? (УК-9 ПК-2)

- а) частный
- б) общий
- в) маркетинговый
- г) сезонный

4. Перспективное планирование – это (УК-9 ПК-2)

- а) определение целей, времени, очередности и характера проведения маркетинговых мероприятий: исследования рынка периодических изданий, целевой аудитории, изучения конкурентов и своего издания и др.
- б) важнейшее направление экономической деятельности редакций и информационных компаний, охватывающее весь процесс продвижения издания: разработку планов его

представления на рынке, маркетинговое исследование рынка с целью оптимального позиционирования издания, определение благоприятного времени его выхода на рынок, форм, методов и приемов его представления потенциальным потребителям, использование рекламы издания на различных СМИ, его распространение и реализацию

в) планирование, которое имеет тактический характер и охватывает период осуществления конкретного маркетингового мероприятия

г) планирование, которое носит долгосрочный характер и охватывает достаточно длительный период (от полугодия и более)

Типовое контрольное задание: тест №3
Финансовая политика редакции и компании

1. Зачем нужен стартовый капитал? (УК-9 ПК-2)

- а) гарантировано покрыть часть расходов редакции
- б) обеспечить деятельность редакции и выпуск первых номеров
- в) возможность компенсировать убытки
- г) возможность воздействовать на финансовую политику редакции

2. В фонд социального развития не входит следующая статья редакционного бюджета (УК-9 ПК-2)

- а) страхование жизни журналистов
- б) оплата проезд сотрудников в городском транспорте
- в) оплата медицинского обслуживания работников редакции
- г) стимулирование сотрудников редакции премиями

3. Отпускная цена номера – это (УК-9 ПК-2)

- а) цена, в которую входит стоимость подготовки и производства номера – оплаты публикаций журналистам и внередакционным авторам, бумаги, типографских работ, в результате чего определяется себестоимость номера, которую умножают на количество номеров в разовом тираже газеты, получая себестоимость тиража, потом, чтобы получить доход от реализации номера, редакция прибавляет в его себестоимости определенную надбавку.
- б) цена, которая складывается из каталожной цены и стоимости услуг агентств Роспечати за проведение подписки, экспедирования
- в) цена, которая регулируется в зависимости от изменения цены газеты-конкурента
- г) цена, которую получают путем умножения отпускной цены номера на количество номеров, выходящих в течение подписного периода – полугодия, квартала, месяца

4. Цена, которая устанавливается чуть ниже круглой суммы, - это (УК-9 ПК-2)

- а) престижная цена
- б) психологическая цена
- в) свободная, или договорная, цена
- г) оптовая цена номера

Типовое контрольное задание: тест №4
Основы редакционного менеджмента

1. Какой принцип не является экономическим принципом редакционной деятельности (УК-9 ПК-2)

- а) принцип прибыльности
- б) принцип обеспечения конкурентоспособности
- в) принцип экономической достаточности
- г) принцип финансовой независимости

2. Определите соотношение «имидж издания» и «бренд издания» (УК-9 ПК-2)

- а) понятие «бренд» дополнено понятием торговой марки издания
- б) понятие «имидж» дополнено понятием «образ издания»
- в) эти понятия синонимичны

г) эти понятия абсолютно различны

3. Фирменный знак – это (УК-9 ПК-2)

а) условное обозначение популярного издания

б) товарный знак, представляющий учредителей издания и его редакцию или компанию

в) характеристика типа издания, его уровня и качества, нацеленности на определенную аудиторию

г) штамп

4. Тип подписки, когда подписчики не возобновляют подписку спустя 2-3 месяца, - это (УК-9 ПК-2)

а) льготная подписка

б) совместная подписка

в) отпадающая подписка

г) подписка с подкреплением

Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний

Ключи к тестовым заданиям.

Тест-1: 1а,2в,3в,4а

Тест-2: 1а,2в,3а,4г

Тест-3: 1б,2а,3а, 4г

Тест-4: 1а,2а,3б,4в

Шкала оценивания (за правильный ответ дается 1 балл)

«неудовлетворительно» – 50% и менее

«удовлетворительно» – 51-80%

«хорошо» – 81-90%

«отлично» – 91-100%

7.2.4. Балльно-рейтинговая система оценки знаний бакалавров

Согласно Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний бакалавров баллы выставляются в соответствующих графах журнала (см. «Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы») в следующем порядке:

«Посещение» - 2 балла за присутствие на занятии без замечаний со стороны преподавателя; 1 балл за опоздание или иное незначительное нарушение дисциплины; 0 баллов за пропуск одного занятия (вне зависимости от уважительности пропуска) или опоздание более чем на 15 минут или иное нарушение дисциплины.

«Активность» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем за демонстрацию студентом знаний во время занятия письменно или устно, за подготовку домашнего задания, участие в дискуссии на заданную тему и т.д., то есть за работу на занятии. При этом преподаватель должен опросить не менее 25% из числа студентов, присутствующих на практическом занятии.

«Контрольная работа» или «тестирование» - от 0 до 5 баллов выставляется преподавателем по результатам контрольной работы или тестирования группы, проведенных во внеаудиторное время. Предполагается, что преподаватель по согласованию с деканатом проводит подобные мероприятия по выявлению остаточных знаний студентов не реже одного раза на каждые 36 часов аудиторного времени.

«Отработка» - от 0 до 2 баллов выставляется за отработку каждого пропущенного лекционного занятия и от 0 до 4 баллов может быть поставлено преподавателем за отработку студентом пропуска одного практического занятия или практикума. За один раз можно отработать не более шести пропусков (т.е., студенту выставляется не более 18 баллов, если все пропущенные шесть занятий являлись практическими) вне зависимости от уважительности пропусков занятий.

«Пропуски в часах всего» - количество пропущенных занятий за отчетный период умножается на два (1 занятие=2 часам) (заполняется делопроизводителем деканата).

«Пропуски по неуважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Попуски по уважительной причине» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Корректировка баллов за пропуски» - графа заполняется делопроизводителем деканата.

«Итого баллов за отчетный период» - сумма всех выставленных баллов за данный период (графа заполняется делопроизводителем деканата).

Таблица перевода балльно-рейтинговых показателей в отметки традиционной системы оценивания

Соотношение часов лекционных и практических занятий	0/2	1/3	1/2	2/3	1/1	3/2	2/1	3/1	2/0	Соответствие отметки коэффициенту
Коэффициент соответствия балльных показателей традиционной отметке	1,5	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	1,1	«зачтено»
	1	1	1	1	1	1	1	1	1	«удовлетворительно»
	2	1,75	1,65	1,6	1,5	1,4	1,35	1,25	-	«хорошо»
	3	2,5	2,3	2,2	2	1,8	1,7	1,5	-	«отлично»

Необходимое количество баллов для выставления отметок («зачтено», «удовлетворительно», «хорошо», «отлично») определяется произведением реально проведенных аудиторных часов (n) за отчетный период на коэффициент соответствия в зависимости от соотношения часов лекционных и практических занятий согласно приведенной таблице.

«Журнал учета балльно-рейтинговых показателей студенческой группы» заполняется преподавателем на каждом занятии.

В случае болезни или другой уважительной причины отсутствия студента на занятиях, ему предоставляется право отработать занятия по индивидуальному графику.

Студенту, набравшему количество баллов менее определенного порогового уровня, выставляется оценка "неудовлетворительно" или "не зачтено". Порядок ликвидации задолженностей и прохождения дальнейшего обучения регулируется на основе действующего законодательства РФ и локальных актов КЧГУ.

Текущий контроль по лекционному материалу проводит лектор, по практическим занятиям – преподаватель, проводивший эти занятия. Контроль может проводиться и совместно.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины. Информационное обеспечение образовательного процесса

8.1. Основная литература:

1. Бессонов, С. И. Экономика и менеджмент СМИ: специализация и профилизация в журналистике: Учебное пособие / Бессонов С.И., - 2-е изд., стер. - Москва :Флинта, 2018. - 123 с.: ISBN 978-5-9765-3562-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/966434> (дата обращения: 01.10.2021). – Режим доступа: по подписке.
2. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. - М.: Аспект Пресс, 2009. – 296 с. ISBN: 978-5-7567-0545-4.

8.2. Дополнительная литература:

1. Марков, А. А. Теория и практика массовой информации: учебник / А. А.Марков О. И. Молчанова, Н. В. Полякова; под общей редакцией А. А. Маркова - Москва: ИНФРА-М, 2016. - 252 с. (Высшее образование: Бакалавриат) ISBN 978-5-16-006505-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/544650> (дата обращения: 14.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.
2. Яковлев, Г. А. Коммерция в средствах массовой информации: учебное пособие / Г. А. Яковлев. - Москва: ИНФРА-М, 2018. - 143 с. - (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-013505-2. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/939892> (дата обращения: 18.08.2020). – Режим доступа: по подписке. - Текст: электронный.

9. Методические указания для обучающихся по освоению учебной дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий	Организация деятельности обучающегося
Лекция	Проработка текста лекции, включающая в себя определение узловых положений, выявление проблемных для обучающегося моментов, работа с незнакомыми терминами, выражениями, требующими дополнительной информации, объяснение терминов, понятий с помощью справочной литературы и соответствующих электронных источников, корректная формулировка вопросов по теме к преподавателю. Работа с основной и рекомендуемой литературой.
Практические занятия	Отработка теоретических положений темы в процессе выполнения тренировочных упражнений, обсуждение вопросов, возникших в ходе изучения лекции в форме проблемных ситуаций, дискуссий. Выполнение в случае необходимости заданий творческого характера. Составление аннотаций к рекомендованным литературным источникам и др.
Контрольная работа	Работа с основной и справочной литературой по контрольной теме, значимыми и основополагающими терминами и сведениями, зарубежными источниками.
Реферат	Осмысление темы, составление предварительного плана, подбор необходимого материала из специальных работ, справочной и учебной литературы, работа с терминологическим аппаратом. Составление библиографии. Оформление результатов работы в соответствии с требованиями, предъявляемыми к работам данного типа.
Коллоквиум	Подготовка к коллоквиуму (промежуточному мини-экзамену), предполагающая определение основных проблемных моментов вынесенной на обсуждение темы, поиск ответов на предложенные вопросы, работу с соответствующей литературой и Интернет-ресурсами.
Самостоятельная работа	Дополнительная работа с учебным материалом занятий лекционного и семинарского типа. Поиск, анализ и систематизация информации по заданной теме, изучение научных источников. Исследование отдельных тем дисциплины, не рассматриваемых на занятиях контактного типа. Подготовка к текущему контролю и промежуточной аттестации.
Подготовка к промежуточной аттестации	Систематизация знаний, полученных в процессе изучения дисциплины, повторение основных теоретических положений и закрепление практических навыков с ориентировкой на лекционный материал, основную, дополнительную, справочную литературу в соответствии с вопросами, вынесенными на промежуточную аттестацию.

10. Требования к условиям реализации рабочей программы дисциплины (модуля)

10.1. Общесистемные требования

Электронная информационно-образовательная среда ФГБОУ ВО «КЧГУ»

<http://kchgu.ru> - адрес официального сайта университета

<https://do.kchgu.ru> - электронная информационно-образовательная среда КЧГУ

Электронно-библиотечные системы (электронные библиотеки)

Учебный год	Наименование документа с указанием реквизитов	Срок действия документа
2023 / 2024 учебный год	Электронно-библиотечная система ООО «Знаниум». Договор № 915 от 12.05.2023г. Действует до 15.05.2024г.	с 12.05.2023 г. по 15.05.2024 г.
	Электронно-библиотечная система «Лань». Договор № СЭБ НВ-294 от 1 декабря 2020 года.	Бессрочный
2023 /2024 учебный год	Электронная библиотека КЧГУ (Э.Б.).Положение об ЭБ утверждено Ученым советом от 30.09.2015г. Протокол № 1). Электронный адрес: https://kchgu.ru/biblioteka - kchgu/	Бессрочный
2023 / 2024 учебный год	Электронно-библиотечные системы: Научная электронная библиотека «ELIBRARY.RU» - https://www.elibrary.ru . Лицензионное соглашение №15646 от 01.08.2014 г. Бесплатно. Национальная электронная библиотека (НЭБ) – https://rusneb.ru . Договор №101/НЭБ/1391 от 22.03.2016г. Бесплатно. Электронный ресурс «Polred.com Обзор СМИ» – https://polpred.com . Соглашение. Бесплатно.	Бессрочный

10.2. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

При необходимости для проведения занятий используется аудитория, оборудованная компьютером с доступом к сети Интернет с установленным на нем необходимым программным обеспечением и браузером, проектор (интерактивная доска) для демонстрации презентаций и мультимедийного материала.

В соответствии с содержанием практических (лабораторных) занятий при их проведении используется аудитория, рабочие места обучающихся в которой оснащены компьютерной техникой, имеют широкополосный доступ в сеть Интернет и программное обеспечение, соответствующее решаемым задачам.

Рабочие места для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с подключением к сети Интернет и обеспечены доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Лекционные и практические занятия по дисциплине «**Экономика и менеджмент СМИ**» проводятся в **аудитории №42 (корпус 2), расположенной по адресу: 369200 Карачаево-Черкесская Республика, г. Карачаевск, ул.Ленина,29 корпус 2, ауд.42**

Аудитория оснащена специализированной мебелью: столы ученические, стулья, доска меловая.

Технические средства обучения:

1.14 персональных компьютеров с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета;

2.Интерактивный монитор с компьютером;

3.Цифровая видеокамера;

4.Цифровой фотоаппарат;

5. 4 микрофона;
6. 5 цифровых диктофонов;
7. 2 колонки.

10.3. Необходимый комплект лицензионного программного обеспечения

1. Microsoft Windows (Лицензия № 60290784), бессрочная
2. Microsoft Office (Лицензия № 60127446), бессрочная
3. ABBY Fine Reader (лицензия № FCRP-1100-1002-3937), бессрочная
4. Calculate Linux (внесён в ЕРРП Приказом Минкомсвязи №665 от 30.11.2018-2020), бессрочная
5. Google G Suite for Education (IC: 01i1p5u8), бессрочная
6. Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 0E26-170203-103503-237-90), с 02.03.2017 по 02.03.2019г.
7. Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 0E26-190214-143423-910-82), с 14.02.2019 по 02.03.2021г.
8. Kaspersky Endpoint Security (Лицензия № 280E-210210-093403-420-2061), с 03.03.2021 по 04.03.2023г.
9. Kaspersky Endpoint Security (Договор № 56/2023 от 25 января 2023г.), действует с 25.01.2023 по 03.03.2025 г.

10.4. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Современные профессиональные базы данных

1. Федеральный портал «Российское образование»- <https://edu.ru/documents/>
2. Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru/>
3. Базы данных Scopus издательства Elsevir <http://www.scopus.com/search/form.uri?display=basic>

Информационные справочные системы

- 1 Портал Федеральных государственных образовательных стандартов высшего образования - <http://fgosvo.ru> .
- 2 Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов (ФЦИОР) - <http://edu.ru> .
- 3 Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов (Единая коллекция ЦОР) – <http://school-collection.edu.ru> .
- 4 Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» (ИС «Единое окно») – <http://window.edu.ru>
- 5 Информационная система «Информио».

11. Особенности реализации дисциплины для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

В группах, в состав которых входят студенты с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий создается гибкая, вариативная организационно-методическая система обучения, адекватная образовательным потребностям данной категории обучающихся, которая позволяет не только обеспечить преимущество систем общего (инклюзивного) и высшего образования, но и будет способствовать формированию у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО, ускорит темпы профессионального становления, а также будет способствовать их социальной адаптации.

В процессе преподавания учебной дисциплины создается на каждом занятии толерантная социокультурная среда, необходимая для формирования у всех обучающихся гражданской, правовой и профессиональной позиции соучастия, готовности к полноценному общению, сотрудничеству, способности толерантно воспринимать

социальные, личностные и культурные различия, в том числе и характерные для обучающихся с ОВЗ.

Посредством совместной, индивидуальной и групповой работы формируется у всех обучающихся активная жизненная позиция и развитие способности жить в мире разных людей и идей, а также обеспечивается соблюдение обучающимися их прав и свобод и признание права другого человека, в том числе и обучающихся с ОВЗ на такие же права.

В процессе овладения обучающимися с ОВЗ компетенциями, предусмотренными рабочей программой дисциплины преподаватель руководствуется следующими принципами построения инклюзивного образовательного пространства:

– **Принцип индивидуального подхода**, предполагающий выбор форм, технологий, методов и средств обучения и воспитания с учетом индивидуальных образовательных потребностей каждого из обучающихся с ОВЗ, учитывающими различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

– **Принцип вариативной развивающей среды**, который предполагает наличие в процессе проведения учебных занятий и самостоятельной работы обучающихся необходимых развивающих и дидактических пособий, средств обучения, а также организацию безбарьерной среды, с учетом структуры нарушения в развитии (нарушения опорно-двигательного аппарата, зрения, слуха и др.).

– **Принцип вариативной методической базы**, предполагающий возможность и способность использования преподавателем в процессе овладения обучающимися с ОВЗ данной учебной дисциплиной, технологий, методов и средств работы из смежных областей, применение методик и приемов тифло-, сурдо-, логопедии.

– **Принцип самостоятельной активности обучающихся с ОВЗ**, предполагающий обеспечение самостоятельной познавательной активности данной категории обучающихся посредством дополнения раздела РПД «Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине» заданиями, учитывающими различные стартовые возможности данной категории обучающихся (структуру, тяжесть, сложность дефектов развития).

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе проведения учебных занятий осуществляется учет наиболее типичных проявлений психоэмоционального развития, поведенческих особенностей, свойственных обучающимся с ОВЗ: повышенной утомляемости, инертности эмоциональных реакций, нарушений психомоторной сферы, недостаточное развитие вербальных и невербальных форм коммуникации. В отдельных случаях учитывается их склонность к перепадам настроения, аффективность поведения, повышенный уровень тревожности, склонность к проявлениям агрессии, негативизма.

В группах, в состав которых входят обучающиеся с ОВЗ, в процессе учебных занятий используются технологии, направленные на диагностику уровня и темпов профессионального становления обучающихся с ОВЗ, а также технологии мониторинга степени успешности формирования у них компетенций, предусмотренных ФГОС ВО при изучении данной учебной дисциплины, используя с этой целью специальные оценочные материалы и формы проведения промежуточной и итоговой аттестации, специальные технические средства, предоставляя обучающимся с ОВЗ дополнительное время для подготовки ответов, привлекая тьютеров).

Материально-техническая база для реализации программы:

1. Мультимедийные средства:

- интерактивные доски «Smart Board», «Toshiba»;
- экраны проекционные на штативе 280*120;
- мультимедиа-проекторы Epson, Benq, Mitsubishi, Aser;

2. Презентационное оборудование:

- радиосистемы AKG, Shure, Quik;

- видеоконплекты Microsoft, Logitech;
- микрофоны беспроводные;
- класс компьютерный мультимедийный на 21 мест;
- ноутбуки Aser, Toshiba, Asus, HP;

Наличие компьютерной техники и специального программного обеспечения: имеются рабочие места, оборудованные рельефно-точечными клавиатурами (шрифт Брайля), программное обеспечение NVDA с функцией синтезатора речи, видеоувеличителем, клавиатурой для лиц с ДЦП, роллером. Распределение специализированного оборудования.

12. Лист регистрации изменений

В рабочей программе внесены следующие изменения:

Изменение	Дата и номер протокола ученого совета факультета/института, на котором были рассмотрены вопросы о необходимости внесения изменений	Дата и номер протокола ученого совета Университета, на котором были утверждены изменения	Дата введения изменений
Обновлены договоры: 1) Антивирус Касперского. (Договор № 56/2023 от 25 января 2023г.). Действует до 03.03.2025г. 2). Договор №915 ЭБС ООО «Знаниум» от 12.05.2023г. Действует до 15.05.2024 г.	Протокол №8 от 27.07.2023 г.	Протокол №8 от 29.06.2023 г.	22.07.2023 г.