

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Якушкин Владимир Андреевич  
Должность: ректор, д.ю.н., профессор  
Дата подписания: 15.05.2020  
Уникальный программный ключ:  
a5427c2559e1ff4b007ed9b1994671e27053e0dc

**Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования  
«Волжский университет имени В.Н. Татищева» (институт)**

## **ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ СМИ**

Методические рекомендации по изучению дисциплины

Для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Тольятти 2020

## **СОДЕРЖАНИЕ**

<b>1. ПРЕДИСЛОВИЕ.....</b>	<b>3</b>
<b>2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ.....</b>	<b>4</b>
2.1. Методические рекомендации по подготовке к практическим / семинарским занятиям.....	4
2.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы .....	7
2.3. Выполнение домашнего задания .....	9
2.4. Эссе (реферат).....	9
<b>3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ.....</b>	<b>10</b>
3.1. Основная литература. ....	10
3.2. Дополнительная литература.....	10
3.3. Ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет». ....	12
<b>4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ.....</b>	<b>12</b>
4.1. Оценивание по дисциплине .....	12

## 1. ПРЕДИСЛОВИЕ

Цель изучения дисциплины: подготовка специалиста, владеющего знаниями, умениями и навыками экономического анализа в области средств массовой информации в ее основных формах и конкретных видах информационно-управленческой деятельности.

Для достижения поставленной цели необходимо решить следующие задачи:

1. Ознакомить обучающихся с работой СМИ как бизнеса и с составляющими этой деятельности;
2. Помочь в выработке первичных навыков практической деятельности в области редакционно-издательского маркетинга, финансового планирования и редакционного менеджмента

В результате освоения дисциплины будут сформированы следующие компетенции:

Наименование компетенции	Код компетенции
Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2
Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития.	ОПК-2.1
Соблюдает принцип объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.	ОПК-2.2

В результате изучения дисциплины (модуля) будете:

**Знать:** систему общественных и государственных институтов и механизмы их функционирования и тенденции развития;

**Уметь:** опираться на полученные теоретические знания в процессе освоения других аспектов журналистской работы;

**Владеть:** навыками и принципами объективности в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

Полученные в процессе обучения знания могут быть использованы при

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика  
изучении таких дисциплин как «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ», в спецсеминарах, развивающих тематику курса, профессионально-творческих студиях и в ходе преддипломной практики.

## **2. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ИЗУЧЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ**

Организация образовательного процесса регламентируется учебным планом и расписанием учебных занятий. Язык обучения (преподавания) — русский. Для всех видов аудиторных занятий академический час устанавливается продолжительностью 45 минут.

При формировании своей индивидуальной образовательной траектории Вы имеете право на перезачет соответствующих дисциплин и профессиональных модулей, освоенных в процессе предшествующего обучения, который освобождает Вас от необходимости их повторного освоения.

### **2.1. Методические рекомендации по подготовке к практическим / семинарским занятиям**

Семинарские занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях закрепления курса и охватывают все основные разделы.

Основной формой проведения семинаров является обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор примеров и ситуаций в аудиторных условиях.

Активность на семинарских занятиях оценивается по следующим критериям:

- ответы на вопросы, предлагаемые преподавателем;
- участие в дискуссиях;
- выполнение проектных и иных заданий;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

Ответ должен быть аргументированным, развернутым, не односложным, содержать ссылки на источники.

Доклады и оппонирование докладов проверяют степень владения теоретическим материалом, а также корректность и строгость рассуждений.

Оценивание заданий, выполненных на семинарском занятии, входит в накопленную оценку.

Практические занятия представляют собой детализацию лекционного теоретического материала, проводятся в целях формирования умений и навыков и охватывают все основные разделы.

Основным методом проведения практических занятий являются упражнения, а также обсуждение наиболее проблемных и сложных вопросов по отдельным темам, а также разбор качества выполнения упражнений в аудиторных условиях.

Активность на практических занятиях оценивается по следующим критериям:

- выполнение заданий;
- участие в дискуссиях;
- ассистирование преподавателю в проведении занятий.

## **Тематика семинарских \ практических занятий**

### **1. Организационно-правовые формы медиапредприятий.**

Коммерческие: Хозяйственное общество: редакция ООО (общество с ограниченной ответственностью), редакция ОДО (общество с дополнительной ответственностью). Акционерное общество: редакция ОАО (открытое акционерное общество), редакция ЗАО (закрытое акционерное общество). Производственный кооператив. Унитарное предприятие: редакция ГУП (государственное унитарное предприятие), редакция МУП (муниципальное унитарное предприятие). Некоммерческие: редакция ГУ (государственное учреждение), редакция МУ (муниципальное учреждение), редакция АНО (автономная некоммерческая организация).

Рекомендуемая литература

1. *Ворошилов, В.В.* Экономика журналистики : конспект лекций . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 62 с.

2. *Ворошилов, В.В.* Журналистика : учебник. - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. - 655 с.

3. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.

4. *Гуревич, С. М.* Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие рек. УМО . - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.

5. *Иваницкий В.Л. Назаров А.А. Щетилова Г.Г.* Основы медиамаркетинга. – М., 2007.

6. *Иваницкий, В. Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/424881>

## **2. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель».**

Раскрыть понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель», указать преимущества и недостатки, особенности.

Рекомендуемая литература

1. *Ворошилов, В.В.* Экономика журналистики : конспект лекций . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 62 с.
2. *Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
3. *Гуревич, С. М.* Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие рек. УМО . - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.

## **3. Печатный сектор на медиарынке.**

Раскрыть понятие «Медиа», обозначить функции, отметить маркетинговые механизмы регулирования. Понятие отраслевых рынков. Типы отраслевых рынков. Барьеры входа на медиарынок.

Рекомендуемая литература

1. *Киверин, В.И.* Экономика редакции газеты : учеб. пособие / Киверин, Валентин Иванович. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 106 с.
2. *Прохоров Е.П.* Правовые и этические нормы в журналистике. - М. : Аспект Пресс, 2012. - 255с. - Режим доступа ЭБС КнигаФонд
3. *Репкова Т.* Новое время. Как создать профессиональную газету в демократическом обществе. – М., 2004.
4. Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2006.
5. *Беглов С.И.* Четвертая власть: британская модель. – М., 2002.

## **4. Телевизионный сектор на медиарынке.**

Группы телевизионной индустрии. Крупные предприятия телеиндустрии. Характеристика аудиовизуального сектора СМИ. Экономические особенности.

Рекомендуемая литература

1. *Браун Д., Куол У.* Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.
2. *Щепилова Г.Г.* Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.
4. *Кирия И.В.* Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

## **5. Радиальный сектор на медиарынке.**

Формирование радиорынка. Современный радиорынок. Медиа холдинги. Основные источники доходов сетей.

Рекомендуемая литература

1. *Браун Д., Куол У.* Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.
2. *Щетилова Г.Г.* Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.
3. *Энциклопедия мировой индустрии СМИ.* / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.
4. *Кирия И.В.* Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

## **6. Рынок электронных и онлайн-СМИ.**

Интернет пространство как инструмент современных процессов глобализации. Электронная коммерция. Взаимодействие традиционных СМИ и Интернета. Современные технологии. Востребованность новых форм СМИ. Реклама. Перемещение СМИ в среду Интернет.

Рекомендуемая литература

1. *Браун Д., Куол У.* Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. – М., 2001.
2. *Щетилова Г.Г.* Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.
3. *Энциклопедия мировой индустрии СМИ.* / Под. ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2006.
4. *Кирия И.В.* Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

### **2.2. Методические рекомендации по организации самостоятельной работы**

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнительных часов к аудиторной работе - самостоятельной работы. Выделяемые часы целесообразно использовать для изучения дополнительной научной литературы по проблематике дисциплины, анализа научных концепций и практических рекомендаций ведущих российских и зарубежных специалистов в профессиональной сфере, а также для отработки практических навыков.

Самостоятельная работа – это процесс активного, целенаправленного приобретения новых знаний, умений без непосредственного участия преподавателя, характеризующийся предметной направленностью. Результаты

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика

самостоятельной работы контролируются и оцениваются преподавателем.

Цели самостоятельной работы:

- систематизация и закрепление полученных теоретических знаний и практических умений студентов;
- углубление и расширение теоретических знаний;
- формирование умений использовать нормативную и справочную документацию, специальную литературу;
- развитие познавательных способностей, активности, ответственности и организованности;
- формирование самостоятельности мышления, творческой инициативы, способностей к саморазвитию, самосовершенствованию и самореализации;
- развитие исследовательских умений и академических навыков.

Самостоятельная работа может осуществляться индивидуально или группами студентов в зависимости от цели, объема, уровня сложности, конкретной тематики.

Перед выполнением внеаудиторной самостоятельной работы необходимо получить инструктаж у преподавателя по выполнению задания. В инструктаж, как правило, включается:

- цель и содержание задания;
- сроки выполнения;
- ориентировочный объем работы;
- основные требования к результатам работы и критерии оценки;
- возможные типичные ошибки при выполнении.

Инструктаж проводится преподавателем за счет объема времени, отведенного на изучение дисциплины.

Контроль результатов внеаудиторной самостоятельной работы может проходить в устной, письменной или смешанной форме.

Необходимо подходить к самостоятельной работе как к наиважнейшему средству закрепления и развития теоретических знаний, выработке единства взглядов на отдельные вопросы курса, приобретения определенных навыков и использования профессиональной литературы.

Помещения вуза для самостоятельной работы оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду организации.

При самостоятельной проработке курса Вы должны:

- просматривать основные определения и факты;
- повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной по данной теме литературы;
- изучить рекомендованную литературу, составлять тезисы, аннотации и



конспекты наиболее важных моментов;

- самостоятельно выполнять задания, аналогичные предлагаемым на занятиях;
- использовать для самопроверки материалы фонда оценочных средств;
- выполнять домашние задания по указанию преподавателя.

### **2.3. Выполнение домашнего задания**

Домашнее задание оценивается по следующим критериям:

- Степень и уровень выполнения задания;
- Аккуратность в оформлении работы;
- Использование специальной литературы;
- Сдача домашнего задания в срок.

### **2.4. Эссе (реферат)**

Реферат — индивидуальная письменная работа, предполагающая анализ изложения в научных и других источниках определенной научной проблемы или вопроса.

Написание реферата практикуется в учебном процессе в целях приобретения необходимой профессиональной подготовки, развития умения и навыков самостоятельного научного поиска: изучения литературы по выбранной теме, анализа различных источников и точек зрения, обобщения материала, выстраивания логики изложения, выделения главного, формулирования выводов.

Содержание реферата докладывается на семинаре, кружке, научной конференции. Предварительно подготовив тезисы доклада, в течение 10—15 минут необходимо кратко изложить основные положения своей работы. После доклада ответить на вопросы, выслушать выступление оппонентов, которые заранее познакомились с текстом реферата.

Как правило, реферат имеет стандартную структуру: титульный лист, содержание, введение, основное содержание темы, заключение, список использованных источников, приложения.

Оценивается оригинальность реферата, актуальность и полнота использованных источников, системность излагаемого материала, логика изложения и убедительность аргументации, оформление, своевременность срока сдачи, защита реферата перед аудиторией.

При своевременной защите работа оценивается наивысшим баллом, при опоздании на 1 неделю балл снижается на 1, при опоздании на 2 недели балл снижается еще раз на 1. При опоздании более чем на 2 недели работа не

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика оценивается.

### **Примерные темы рефератов \ докладов \ эссе**

1. Бюджет медиапредприятия
2. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран
3. Собственники медиакомпаний.
4. Подписка и розничная реализация.
5. Особенности журнальной индустрии.
6. СМИ и культурная индустрия.

## **3. ПЕРЕЧЕНЬ УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

### **3.1. Основная литература.**

*Ворошилов, В.В.* Экономика журналистики : конспект лекций . - СПб. : Изд-во Михайлова В.А., 2000. - 62 с.

*Ворошилов, В.В.* Журналистика : учебник . - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2002. - 655 с.

*Гуревич, С. М.* Экономика отечественных СМИ [Текст] : учеб. пособие рек. УМО . - М. : Аспект Пресс, 2004. - 288 с.

*Гуревич С.М.* Экономика отечественных СМИ . [Текст] : учебное пособие рек. УМО. - М. : Аспект Пресс, 2009. -288с.

*Иваницкий, В. Л.* Основы бизнес-моделирования СМИ : учебное пособие для академического бакалавриата / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 239 с. — (Бакалавр. Академический курс. Модуль). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL:<https://www.biblio-online.ru/bcode/424881>

*Киверин, В.И.* Экономика редакции газеты : учеб. пособие / Киверин, Валентин Иванович. - М. : Аспект Пресс, 2002. - 106 с.

### **3.2. Дополнительная литература.**

*Андрунас Е.Ч.* Информационная элита: корпорации и рынок новостей. — М.,1991.

*Баранова Е.А.* КОНВЕРГЕНТНАЯ ЖУРНАЛИСТИКА. ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. Учебное пособие для бакалавриата и магистратуры-2015=1

*Батурин, Ю. М.* Закон о СМИ : на перекрестке веков и мнений [Текст] - М. : Издание Союза журналистов России, 2004. - 532 с.

*Браун Д., Куол У.* Эффективный менеджмент на радио и телевидении. Т. 1,2. — М., 2001.

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика

*Беглов С.И.* Империя меняет адрес. – М., 1997.

*Беглов С.И.* Четвертая власть: британская модель. – М., 2002.

*Блинова М.В.* СМИ Японии. Медиабизнес, традиции, культура. – М., 2008.

*Блинова О.Н.* Медиаимперии России. Под властью государства и олигархии. – М., 2001.

*Вартанова Е.Л.* Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.

*Землянова Л.М.* Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов, – М., 2004.

*Иваницкий В.Л. Назаров А.А. Щетилова Г.Г.* Основы медиамаркетинга. – М., 2007.

*Келлисон К.* Продюсирование на телевидении. Практический подход. – Минск, 2008.

*Кирия И.В.* Телевидение и Интернет Франции на пути к информационному обществу. – М., 2006.

*Круглов Е.В.* Пресса Южной Кореи. – М., 2005.

*Лазутина Г.В.* Профессиональная этика журналиста : учебник рек. УМО. -М. : Аспект Пресс,2013. - 224с.

*Любимов Б.И.* Общественное вещание: британская модель. – М., 2006.

*Макеенко М.И.* Ежедневная печать: американский опыт конца XX столетия. 1995 – 2000. – М., 2004.

*Мелюхин И.С.* Информационное общество: истоки, проблемы, тенденции развития. – М., 1999.

*Назайкин А.Н.* Медиапланирование на 100%. – М., 2007.

*Назайкин А.Н.* Эффективная реклама в прессе. – М., 2001.

Национальные модели информационного общества. / Под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2004.

*Огурчиков П.К. Сидоренко В.И., Падейский В.В.* Мастерство продюсера кино и телевидения. – М., 2008.

*Орлова В.В.* Глобальные телесети новостей на информационном рынке. – М., 2003.

Основы медиабизнеса. Под ред. Е.Л. Вартановой. – М., 2009.

*Прайс М.* Телевидение, телекоммуникации и переходный период. Право, общество и национальная идентичность. – М., 2000.

*Прохоров Е.П.* Правовые и этические нормы в журналистике. - М. : Аспект Пресс,2012. - 255с.-Режим доступа ЭБС КнигаФонд

*Рантанен Т.* Глобальное и национальное. Масс-медиа и коммуникации в посткоммунистической России. – М., 2004.

*Репкова Т.* Новое время. Как создать профессиональную газету в

Методические рекомендации по изучению дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика демократическом обществе. – М., 2004.

Связи с общественностью как социальная инженерия : учебник для академического бакалавриата / В. А. Ачкасова [и др.]; под редакцией В. А. Ачкасовой, Л. В. Володиной. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 351 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-08767-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://www.biblio-online.ru/bcode/438089>

Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2006.

*Ткачева Н.В.* Индия. Медиасистема в условиях либерализации экономики. – М., 2009

*Ткачева Н.В.* Информационные стратегии стран Восточной Азии в условиях рыночных реформ. – М., 2003.

*Уэбстер Ф.* Теории информационного общества. – М., 2004.

*Фомичева И.Д.* Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию. – М., 2004.

*Шарончикова Л.В.* Пресса Франции в меняющемся мире. – М., 2007.

*Щепилов К.В.* Медиаисследования и медиапланирование. – М., 2004.

*Щепилова Г.Г.* Как продать рекламу в газете. – М., 2004.

*Щепилова Г.Г.* Реклама в экономической структуре СМИ. – М., 2006.

Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Варгановой. – М., 2006.

### **3.3. Ресурсы информационно-коммуникационной сети «Интернет».**

1. ЭБС [biblio-online.ru](http://biblio-online.ru)

## **4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**

Промежуточным контролем знаний в течение обучения являются письменные работы по ключевым темам читаемой дисциплины.

Формой итогового контроля знаний обучающихся является зачёт, в ходе которого оценивается уровень теоретических знаний и навыки решения профессиональных и творческих задач.

### **Примерные вопросы к экзамену**

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»
3. Жизненный цикл медиапродукта
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания»,

«медиакапитал»

5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ

6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг

7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления

8. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа

9. СМИ индивидуального и коллективного потребления. Глобализация и глокализация

10. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала

11. Формы собственности на рынке СМИ

12. Типы концентрации СМИ. Кластеризация

13. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»

14. Дифференцированная олигополия на рынке СМИ. Транспарентность СМИ

15. Синдикация контента. Парадокс разнообразия СМИ

16. Экономические особенности телевизионной индустрии

17. Типы телевизионных каналов

18. Телевизионное программирование

19. Аналоговое и цифровое вещание

20. Экономические особенности индустрии радио

21. Типы радиостанций

22. Программирование радиостанций

23. Экономические особенности газетной индустрии

24. Типы газетных изданий

25. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция

26. Экономические особенности журнальной индустрии

27. Типы журнальных изданий

28. Сегментация аудитории. Понятие «ниши» на рынке СМИ

29. Экономические особенности индустрии онлайн-СМИ

30. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств

31. Методы измерения аудитории СМИ

32. Основные показатели медиапланирования

33. Организационно-правовые формы медиапредприятий

34. Органы управления медиапредприятием. Собственники и менеджмент

35. Линейно-функциональная, дивизиональная и матричная модели управления

36. Базовые методы медиамаркетинга и анализ рынка

#### 4.1. Оценивание по дисциплине

Электронная информационно-образовательная среда организации позволяет формировать электронное портфолио обучающегося за счет сохранения его работ и оценок.

Оценки ставятся по 5-балльной шкале. Округление оценки производится в пользу студента.

**Критерии оценочного средства опрос на семинарских \ практических занятиях по заранее предложенному плану**

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	полнота раскрытия формулировок плана: 85-100%; выполнение практического задания – с 1-2 замечаниями
4 (хорошо)	Базовый	полнота раскрытия формулировок плана: 70-85%; выполнение практического задания – с 3-5 замечаниями
3 (удовлетворительно)	Пороговый	полнота раскрытия формулировок плана: 50-69%; выполнение практического задания – с 5-7 замечаниями
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	полнота раскрытия формулировок плана: менее 50%; выполнение практического задания – с 8 и более замечаниями

#### Критерии оценочного средства письменная аудиторная контрольная работа

Балл (интервал баллов)	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	Контрольная работа выполнена в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержит 1-2 неточности; полнота анализа текста составляет 85-100%.
4 (хорошо)	Базовый	Контрольная работа выполнена, в основном, в соответствии с предъявляемыми требованиями, содержат 2-4 неточности; полнота анализа текста составляет 70-84% и требует наводящих и уточняющих вопросов преподавателя.
3 (удовлетворительно)	Пороговый	В контрольной работе выявлены отступления от предъявляемых требований, обнаружены более 5 концептуальных неточностей; полнота анализа текста

Балл (интервал баллов)	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
		составляет 50-69%; формулировки не продуманы и требуют уточнения.
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	Контрольная работа не соответствует предъявляемым требованиям, содержат более 8 концептуальных неточностей; полнота анализа текста составляет менее 50%; формулировки путаные, нечеткие, содержат множество грамматических ошибок; или работа не выполнена вовсе.

**Критерии оценочного средства доклад, презентация материала доклада.**

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
5 (отлично)	Повышенный	Заявленная тема раскрыта полно. Основные требования к жанру доклада выполнены, обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, продемонстрировано владение научным терминологическим аппаратом, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к внешнему оформлению, даны правильные ответы на дополнительные вопросы.
4 (хорошо)	Базовый	Заявленная тема раскрыта достаточно. Основные требования к жанру доклада, в целом, выполнены. Продemonстрировано владение научным терминологическим аппаратом; основные требования к презентации доклада выполнены, но при этом допущены недочёты: имеются неточности в изложении материала, не выдержан объём работы, на отдельные дополнительные вопросы даны неполные ответы.
3 (удовлетворительно)	Пороговый	Заявленная тема раскрыта неполно. Имеются существенные отступления от

Балл	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
		требований к жанрам реферата, доклада. Владение научным терминологическим аппаратом затруднено, в изложении материала присутствует непоследовательность, структурирование работы не продумано, порой алогично. Основные требования к презентации доклада выполнены не в полном объеме.
2 (неудовлетворительно)	Недопустимый	Заявленная тема не раскрыта, проявлено существенное непонимание проблемы. Автор не владеет научным терминологическим аппаратом, оформление не соответствует требованиям; либо работа не выполнена вовсе. Презентация не осуществлена.

#### Критерии оценочного средства зачет

Оценка	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
Зачтено	Повышенный	Студент ясно и четко сформулировал ответ на теоретический вопрос, проиллюстрировал ответы дополнительным материалом, показал грамотное использование понятийного аппарата дисциплины, правильно ответил на дополнительные вопросы.
	Базовый	Студент сформулировал ответ на теоретический вопрос, но допустил 2-3 неточности или неполно раскрыл суть вопроса; показал грамотное использование понятийного аппарата дисциплины, недостаточно полно ответил на дополнительные вопросы.
	Пороговый	Студент сформулировал ответ на теоретический вопрос, но раскрыл его поверхностно, с 1-2 принципиальными ошибками; проявил недостаточное знание понятийного аппарата дисциплины; не смог ответить на дополнительные вопросы.



Методические рекомендации по изучению дисциплины «Экономика и менеджмент СМИ» для студентов направления подготовки 42.03.02 Журналистика

Оценка	Уровень сформированности компетенции	Критерии оценивания уровня сформированности компетенции
Не зачтено	недопустимый	Студент не смог ответить на теоретический вопрос, проявил незнание понятийного аппарата дисциплины, не смог ответить на дополнительные вопросы.

Разработчик:

Кафедра «РГФиЖ»

ОАНО ВО «ВУиТ»

(место работы)

доцент

(занимаемая должность)

Е.Ю. Егоркина

(инициалы, фамилия)