

**МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ**

**ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ИНКЛЮЗИВНОГО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ГУМАНИТАРНО-
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»**

КАФЕДРА русского языка, литературы и журналистики

«Утверждаю»

Зав. кафедрой

«31» __ 08 __ 2018 г.

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

**«ЭКОНОМИКА И МЕНЕДЖМЕНТ В СРЕДСТВАХ МАССОВОЙ
ИНФОРМАЦИИ»**

42.03.02 «Журналистика»

шифр и наименование направления подготовки

«Социально - гуманитарная журналистика»

наименование профиля подготовки

Москва 2018

Составитель / составители: Вакку Г.В.

Фонд оценочных средств рассмотрен и одобрен на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры русского языка, литературы и журналистики, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

Дополнения и изменения, внесенные в фонд оценочных средств, утверждены на заседании кафедры _____, протокол № _____ от «_____» _____ 20____ г.
Заведующий кафедрой _____ / Ф.И.О/

СОДЕРЖАНИЕ

1. Паспорт фонда оценочных средств.....	4
2. Перечень компетенций	5
3. Примерный перечень оценочных средств.....	6
4. Описание показателей и критериев оценивания компетенций.....	
5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения, характеризующих этапы формирования компетенций и материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации.....	9

1. Паспорт фонда оценочных средств по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

№ п/п	Контролируемые разделы (темы), дисциплины ¹	Коды компетенции	Оценочные средства - наименование	
			текущий контроль	промежуточная аттестация
1.	Тема 1. Средства массовой информации и рынок	ОПК-11	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
2.	Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга	ПК-6	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
3.	Тема 3. Финансовая политика редакции	ОПК-21	Фронтальный опрос	Контрольные срезы
4.	Тема 4. Основы редакционного менеджмента	ОК-4	Фронтальный опрос, информационные сообщения	Контрольные срезы

¹Наименование темы (раздела) берется из рабочей программы дисциплины, модуля.

2. Перечень компетенций

В результате освоения учебной дисциплины студент должен

Знать:

- современные зарубежные медиаконцепции, профессиональные стандарты, лучшие образцы практик зарубежных и отечественных СМИ;
- особенности и принципы организации деятельности средств массовой информации (СМИ) в условиях рыночной экономики;
- актуальные проблемы медиаэкономики;
- экономические основы труда журналистов, бюджет редакции СМИ;

- рынок информационных продуктов и услуг.

Уметь:

- использовать полученные знания в практической профессиональной деятельности;
- самостоятельно анализировать экономическую деятельность и процессы, протекающие в российских СМИ;
- обобщить теоретические основы и практические задачи менеджмента и маркетинга информационных продуктов.

Владеть:

- ключевыми понятиями и базовыми категориями основ менеджмента и маркетинга информационных продуктов;
- основами редакционного менеджмента.

владеть компетенциями:

Код компетенции	Наименование результата обучения
ОК-4	способностью использовать основы экономических знаний в различных сферах жизнедеятельности
ОПК-11	способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента
ОПК-21	способностью применять знание основ публичных отношений и рекламы в профессиональной деятельности
ПК-6	способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией,

	используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечивать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций
--	---

3. Примерный перечень оценочных средств

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС	Методы оценки результатов
1	Фронтальный опрос	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения фронтального опроса	экспертный
2	Реферат	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	Тематика рефератов	экспертный
3	Контрольная работа	Средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу	Комплект контрольных заданий, в том числе для проведения промежуточного контроля оценки знаний	экспертный
4	Коллоквиум	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде	Вопросы по темам/разделам дисциплины	экспертный

		собеседования преподавателя с обучающимися.		
--	--	---	--	--

4. Критерии оценки презентации доклада, сообщения, выполненных в форме презентации по реферату

	Минимальный ответ	Изложенный, раскрытый ответ	Законченный, полный ответ	Образцовый, примерный ответ
Раскрытие проблемы	Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы	Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы	Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы	Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы
Представление	Представляемая информация логически не связана. Не использованы профессиональные термины	Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. использовано 1-2 профессиональных термина	Представляемая информация не систематизирована и последовательна. Использовано более 2 профессиональных терминов	Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов
Оформление	Не использованы технологии PowerPoint. Больше 4 ошибок в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint частично. 3-4 ошибки в представляемой информации	Использованы технологии PowerPoint. Не более 2 ошибок в представляемой информации	Широко использованы технологии (PowerPoint и др.). Отсутствуют ошибки в представляемой информации
Ответы	Нет ответов на вопросы	Только ответы на элементарные вопросы	Ответы на вопросы полные и/или частично полные	Ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений

Оценка	неудовлетворительно	удовлетворительно	хорошо	отлично
--------	---------------------	-------------------	--------	---------

5. Перечень дискуссионных тем для коллоквиума

№№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопросы
1	Тема 1. Средства массовой информации и рынок	Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ. Массовая информация как товар на информационном рынке. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса: Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Экономические предпосылки
2	Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга	Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба
3	Тема 3. Финансовая политика редакции	Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции периодического издания. Бюджет и баланс редакции и их структура
4	Тема 4. Основы редакционного менеджмента	Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика. Менеджмент и структура редакционного

		коллектива
--	--	------------

Критерии оценки (в баллах):

- 5 баллов выставляется студенту, если он полностью раскрывает проблему, обозначенную в вопросе, способен грамотно аргументировать излагаемую точку зрения, хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен проводить сравнительный анализ различных источников.
- 4 балла выставляется студенту, если он в целом дает достаточно полный ответ на поставленный вопрос, приводит необходимые аргументы, но иногда затрудняется в обосновании излагаемой точки зрения.
- 3 балла выставляется студенту, если он при ответе на поставленный вопрос раскрывает лишь отдельные аспекты рассматриваемой проблемы, недостаточно хорошо ориентируется в изучаемом материале, способен частично аргументировать свою точку зрения, недостаточно хорошо знаком с источниками.
- 2 балла выставляется студенту, если он не может даже частично ответить на поставленный вопрос, не ориентируется в изучаемом материале, не знаком с источниками.

6. Примерный перечень вопросов для фронтального опроса

№№ п/п	Наименование темы дисциплины	Вопросы
1	Тема 1. Средства массовой информации и рынок	Проблемы собственности, владение информационным предприятием и его названием. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке России
2	Тема 2. Основы редакционно-издательского маркетинга	Основы редакционно-издательского маркетинга: Его особенности, цели, задачи, направления. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши
3	Тема 3. Финансовая политика редакции	Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции. Реклама в

		периодическом издании. Рекламная политика редакции
4	Тема 4. Основы редакционного менеджмента	Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и состав. Кадровая политика. Менеджмент и структура редакционного коллектива

Критерии оценки (в баллах):

- 2 (неудовлетворительно) выставляется студенту, если нет ответов на вопросы. Больше 4 ошибок в представляемой информации. Проблема не раскрыта. Отсутствуют выводы.
- 3 (удовлетворительно) выставляется студенту, если ответы только на элементарные вопросы. Проблема раскрыта не полностью. Выводы не сделаны и/или выводы не обоснованы. Представляемая информация не систематизирована и/или не последовательна. Использовано 1-2 профессиональных термина. 3-4 ошибки в представляемой информации.
- 4 (хорошо) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные и/или частично полные. Не более 2 ошибок в представляемой информации. Проблема раскрыта. Проведен анализ проблемы без привлечения дополнительной литературы. Не все выводы сделаны и/или обоснованы.
- 5 (отлично) выставляется студенту, если ответы на вопросы полные с приведением примеров и/или пояснений. Проблема раскрыта полностью. Проведен анализ проблемы с привлечением дополнительной литературы. Выводы обоснованы. Представляемая информация не систематизирована, последовательна и логически связана. Использовано более 5 профессиональных терминов. Отсутствуют ошибки в представляемой информации.

7. Примерный перечень тем для докладов, рефератов

Не предусмотрено.

8. Контрольная работа. Тема №4.

Не предусмотрено.

9. Вопросы к зачету по дисциплине «Экономика и менеджмент в средствах массовой информации»

1. Особенности функционирования СМИ в условиях рыночной экономики.
2. Внешняя среда и ее влияние на деятельность СМИ.
3. Факторы и резервы роста производительности труда в СМИ.

4. Кадровая политика предприятия в условиях рынка
5. Формы и методы стимулирования труда на предприятии.
6. Оценка эффективности труда работников.
7. Балансовая прибыль предприятия и пути ее повышения.
8. Чистая прибыль предприятия, порядок ее формирования и использования.
9. Пути повышения рентабельности производства.
10. Бизнес-план редакции газеты, основные принципы его разработки.
11. Содержание и порядок разработки бизнес-плана.
12. Организационная структура предприятия, ее виды и принципы построения.
13. Роль государственного воздействия на функционирование СМИ в рыночных условиях.
4. Снижение затрат как стратегия конкурентного преимущества предприятия.
15. Конкурентоспособность СМИ и факторы, ее определяющие.
16. Банкротство предприятия, основные причины и признаки банкротства.
17. Риск в инвестиционных решениях. Государственная защита интересов инвесторов.
18. Конкуренция как экономический процесс. Виды конкурентных преимуществ.
19. Капитал, фонды и средства редакции газеты.
20. Финансовые процессы и потоки в редакции газеты.
21. СМИ в современной экономике.
22. Экономические особенности газетной индустрии.
23. Национальные особенности современных рынков прессы.
24. Экономические особенности телевизионной индустрии.
25. Экономические особенности радиоиндустрии.
26. Экономика онлайн-СМИ.
27. Организационные принципы редакционной деятельности
28. Финансовая база издания
29. Рынок периодических изданий: его исследование, сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши.
30. Информационный рынок: закономерности его формирования и развития, аспекты и структура.

Критерии оценки

Оценочная схема зачетного ответа

При выставлении оценки «зачтено» учитываются результаты выполнения заданий, рефератов, активность студентов на занятиях. На зачете студент должен продемонстрировать знания теоретического характера, умение ответить на поставленные вопросы, методику работы с научным материалом по данной учебной дисциплине, работу с книгой, справочной литературой, способность работать с другими источниками информации и применять на практике приемы

анализа информации, высокий уровень владения языковой, речевой и социокультурной компетенциями.

Оценка «зачтено» выставляется студенту, который прочно усвоил предусмотренный программный материал; правильно, аргументировано ответил на все вопросы, с приведением примеров; показал глубокие систематизированные знания, владеет приемами рассуждения и сопоставляет материал из разных источников: теорию связывает с практикой, другими темами данного курса, других изучаемых предметов.

Обязательным условием выставленной оценки является правильная речь в умеренном темпе.

Дополнительным условием получения оценки «зачтено» могут стать хорошие успехи при выполнении дополнительных самостоятельных заданий, систематическая активная работа на практических занятиях.

Оценка «не зачтено» выставляется студенту, который не справился с 50% вопросов и заданий, в ответах на вопросы допустил существенные ошибки. Не может ответить на дополнительные вопросы, предложенные преподавателем.

	Не зачтено	Зачтено
теоретические знания	0-1	2-4
умение применять знания в обсуждении конкретных ситуаций, приводить примеры	0-1	2-4
умение решать проблемные ситуации	0-1	2-4

0-1 - ответы студента не соответствуют требованиям к оценке "зачтено";

2-4 - ответы студента соответствуют требованиям к оценке "зачтено";