

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

Факультет социологии и журналистики
Кафедра журналистики и редакционно-издательских технологий

И.о. зав. кафедрой  «Утверждаю»
Лебедева С.Э.
26.04.2021

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ

СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ И МЕДИАЭКОНОМИКА

42.04.02 Журналистика (уровень магистратуры)

Профиль подготовки
Мультимедийная журналистика

Форма обучения: очная

Курс 2, семестр 3

Форма обучения: заочная

Курс 2 семестры 4

Москва
2021

Составитель/ составители:  Лебедева С.Э., доцент кафедры журналистики и редакционно-издательских технологий

Содержание

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

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

по дисциплине «Современные медиасистемы и медиаэкономика». Оценочные средства составляются в соответствии с рабочей программой дисциплины и представляют собой совокупность контрольно-измерительных материалов (типовые задачи (задания), контрольные работы, тесты и др.), предназначенных для измерения уровня достижения обучающимися установленных результатов обучения.

Оценочные средства используются при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

Таблица 1 - Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины

Код компетенции	Наименование результата обучения
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
ОПК-4	Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты
ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ПК-1	Способен разрабатывать концепции авторских проектов
ПК-2	Способен планировать и координировать деятельность подразделения (команды)
ПК-3	Способен анализировать результаты деятельности подразделения (команды)
ПК-4	Способен устанавливать и поддерживать контакты с внешней средой

Конечными результатами освоения дисциплины являются сформированные когнитивные дескрипторы «знать», «уметь», «владеть», расписанные по отдельным компетенциям. Формирование дескрипторов происходит в течение всего семестра по этапам в рамках контактной работы, включающей различные виды занятий и самостоятельной работы, с применением различных форм и методов обучения (табл. 2).

Таблица 2 - Формирование компетенций в процессе изучения дисциплины:

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции			Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции
		Базовый	Продвинутый	Высокий	
УК-1 способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	Знать: - основные методы анализа и оценки современных научных достижений	Знать: методики поиска, сбора и обработки информации, метод системного анализа.	Знать: методики поиска, сбора и обработки информации, метод системного анализа.	Знать: методики поиска, сбора и обработки информации, метод системного анализа.	Фронтальный устный опрос Письменная работа Темы 1-5
	Уметь: - генерировать основные идеи в научных текстах; критически оценивать поступающую информацию, вне зависимости от источника; избегать автоматического применения стандартных формул и приемов при решении исследовательских и практических задач.	Уметь: применять методики поиска, сбора, обработки информации, системный подход для решения поставленных задач и осуществлять критический анализ и	Уметь: применять методики поиска, сбора, обработки информации, системный подход для решения поставленных задач и осуществлять критический анализ и синтез	Уметь: применять методики поиска, сбора, обработки информации, системный подход для решения поставленных задач и осуществлять критический анализ и синтез	
	Владеть: - навыками сбора, обработки, анализа и систематизации информации по теме исследования; навыками выбора методов и средств решения задач исследования, в том числе в междисциплинарных областях				

Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции			Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции
		синтез информации, полученной из	полученной из актуальных российских и зарубежных	информации, полученной из актуальных	
		Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач.	Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач.	Владеть: методами поиска, сбора и обработки, критического анализа и синтеза информации, методикой системного подхода для решения поставленных задач.	

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутый</u>	<u>Высокий</u>	
ОПК-4 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	Знать роль СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования социальных институтов.	Знать: основы коммуникационной деятельности в социальных сетях, её формы, виды и особенности; типологию социальных сетей и методику работы в них с целью повышения эффективности журналистской и редакторской деятельности.	Знать: основы коммуникационной деятельности в социальных сетях, её формы, виды и особенности; типологию социальных сетей и методику работы в них с целью повышения эффективности журналистской и редакторской деятельности.	Знать: основы коммуникационной деятельности в социальных сетях, её формы, виды и особенности; типологию социальных сетей и методику работы в них с целью повышения эффективности журналистской и редакторской деятельности.	Фронтальный устный опрос Письменная работа Темы 1-5
	Учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов	Уметь оценивать эффективность деятельности СМИ с точки зрения степени влияния на общественное мнение..	Уметь налаживать и поддерживать эффективные коммуникации редакции в социальных сетях с различными представителями внешней и	Уметь налаживать и поддерживать эффективные коммуникации редакции в социальных сетях с различными представителями внешней и	

			внутренней сред; использовать социальные сети в реализации журналистских проектов.	внутренней сред; использовать социальные сети в реализации журналистских проектов.	
	Владеть методами социологических исследований материалов СМИ.	Владеть методами социологических исследований материалов СМИ.	Владеть навыками создания и ведения представительств редакции и отдельных журналистов в различных социальных сетях; использования возможностей социальных сетей для расширения аудитории СМИ	Владеть навыками создания и ведения представительств редакции и отдельных журналистов в различных социальных сетях; использования возможностей социальных сетей для расширения аудитории СМИ	

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутой</u>	<u>Высокий</u>	
ОПК-5 Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции	Знает совокупность политических, экономических факторов,	Знать основные психологические закономерности социальной перцепции и	Знать: виды и разновидности и	Знать совокупность политических, экономических	Фронтальный устный опрос

развития медиакоммуникационны х систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	влияния, психологические факторы эффективности журналистской деятельности, социальнопсихологически е условия совершенствования профессиональной деятельности.	конфликтов.	факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационны х систем на глобальном, национальном и региональном уровнях	Письменная работа. Темы 1-5
	<u>Умеет</u> осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Уметь проводить социально- психологический анализ результативности профессиональной деятельности.	Уметь выявлять причины, предпосылки формировани я конфликтов и находить адекватные формы для их отражения в медиа	Уметь выявлять причины, предпосылки формирования конфликтов и находить адекватные формы для их отражения в медиа	
	Владеть навыками анализа социальнопсихологически х особенностей аудитории	Владеть навыками анализа социальнопсихологически х особенностей аудитории	Владеть навыками разрешения конфликтных ситуаций.	Владеть навыками разрешения конфликтных ситуаций.	

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутый</u>	<u>Высокий</u>	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	<u>Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности</u>	Знать роль СМИ в процессе формирования структуры современного общества и функционирования социальных институтов	Знать актуальные проблемы современного этапа цивилизационного развития	Знать место и значение СМИ в процессе политической коммуникации, особенности становления и развития политической журналистики в России и за рубежом, имена журналистов, работающих в качестве политических обозревателей в ведущих российских СМИ.	Фронтальный устный опрос Письменная работа Темы 1-5
	Умеет осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении	Уметь оценивать эффективность деятельности СМИ с точки зрения степени влияния на общественное	Уметь выявлять и анализировать различного рода проблемы современного общества,	Уметь ориентироваться в актуальных тенденциях локальной и международной	

	информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста	мнение	устанавливать причинно-следственные связи и отношения, оценивать роль журналистики в их разрешении.	политики.	
	Владеть навыками нравственного поведения современного журналиста, приёмами мониторинга документов, содержащих положения о нормах профессиональной этики.	Владеть методами социологических исследований материалов СМИ.	Владеть навыками освещения актуальных проблем современности в средствах массовой информации	Владеть современными технологиями поиска, отбора, сопоставления информации из различных источников, связанной с изучением политических проблем.	

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутый</u>	<u>Высокий</u>	

<p>ПК-1 Способность ориентироваться в исторических и современных процессах, происходящих в мире и стране, в социально-психологических аспектах функции СМИ, а также осознавать сущность качеств личности, необходимых для выполнения профессиональных задач журналиста</p>	<p>Знать место журналистики среди других социальных институтов, своеобразие системы современного журналистского образования</p>	<p>Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>Предлагает творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики</p>	<p>Фронтальный устный опрос</p> <p>Письменная работа Темы 1-5</p>	
	<p>Уметь различать специфику работы журналистов в разных видах СМИ, выявлять в профессиональной деятельности журналистов социальное, информационное и творческое начало, готовить библиографию, конспекты, студенческие научные работы разных жанров на актуальные темы</p>	<p>Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p>	<p>Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p>	<p>Решает поставленные задачи при работе над индивидуальным и (или) коллективным проектом в сфере журналистики</p>		
	<p>Владеть различными методами получения новых знаний (из</p>	<p>еализует журналистский проект в рамках своих</p>	<p>Реализует журналистский проект в рамках своих</p>	<p>Реализует журналистский проект в рамках своих</p>		

	СМИ, научной, учебной, методической литературы), навыками анализа поведения журналиста во время исполнения профессиональных обязанностей, представлениями о нормативной базе деятельности журналиста, о трансформации методов и форм	полномочий и несет ответственность за результат	полномочий и несет ответственность за результат	полномочий и несет ответственность за результат	
--	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------------------------	-------------------------------------------------	--

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие освоение компетенции</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутый</u>	<u>Высокий</u>	
ПК-2 Способность к организации продвижения продукции СМИ, включая	Знать структуру и специфику информационного рынка, основы редакционно-	Знать структурные особенности редакций и должностные обязанности	Знать структуру и специфику информационного рынка, основы редакционно-	Знать структуру и специфику информационного рынка, основы редакционно-	Устный опрос Письменная работа Темы 1-5

<p>организацию маркетинговых исследований в области СМИ, разработку маркетинговой стратегии и организацию мероприятий, способствующих увеличению продаж продукции СМИ, а также контроль и оценку эффективности результатов продвижения продукции СМИ</p>	<p>издательского маркетинга и медиаменеджмента.</p>	<p>базовых специалистов.</p>	<p>издательского маркетинга и медиаменеджмента.</p>	<p>издательского маркетинга и медиаменеджмента.</p>	
	<p>Уметь оценивать эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей.</p>	<p>Уметь разрабатывать актуальные средства и методы продвижения публикаций в СМИ в ходе медиапланирования.</p>	<p>Уметь оценивать эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей.</p>	<p>Уметь оценивать эффективность деятельности организации на информационном рынке в соответствии с разработанной системой экономических показателей.</p>	
	<p>Владеть навыками составления простейшего бизнес-плана, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего</p>	<p>Владеть навыками составления эффективных медиапланов.</p>	<p>Владеть навыками составления простейшего бизнес-плана, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего</p>	<p>Владеть навыками составления простейшего бизнес-плана, разработки системы и методов расчёта заработной платы, формирования цены на коммерческие услуги, составления и простейшего</p>	

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутый</u>	<u>Высокий</u>	

					<u>освоение</u>
ПК-3 Способен к созданию и редактированию информационных ресурсов, включая поиск информации по тематике сайта, написание информационных материалов для сайта, редактирование информации на сайте, ведение новостных лент и представительств в социальных сетях, модерирование обсуждений на сайте, в форуме и социальных сетях, нормативный контроль содержания сайта.	Знать специфику журналистского текста, его содержательного и структурно-композиционного своеобразия и отличия от художественных текстов.	Знать жанровые особенности в творчестве фотожурналиста, разнообразие стилей и творческих манер создания информационного фотографического произведения.	Знать специфику технологических этапов подготовки очередного номера газеты, новой теле-, радиопрограммы, обновления новостной ленты интернет-СМИ.	Знать возможности Интернет-среды для решения задач распространения массовой информации.	Устный опрос Письменная работа Темы 1-5
	Уметь готовить журналистские материалы в отведённое редакционным заданием время.	Уметь ориентироваться в профессиональных терминах и понятиях, использующихся при выпуске разных типов СМИ.	Уметь применять различные средства речевого воздействия в публичном общении, положительно влияя на коммуникативную среду.	Умеет использовать онлайн-ресурсы различных медиа-сервисов для реализации Интернет-проекта.	
	Владеть навыками кросс-платформенной журналистики.	Владеть навыками подготовки очередного выпуска СМИ к печати (к эфиру, к размещению на сайте).	Владеть навыками общения с должностными лицами, участия в официальных брифингах и пресс-конференциях.	Владеть технологией SEO-продвижения журналистского Интернет-проекта.	

<u>Код и наименование компетенции</u>	<u>Индикаторы достижения компетенции</u>	<u>Планируемые результаты обучения, детализированные по уровням освоения компетенции</u>			<u>Оценочные средства, проверяющие</u>
		<u>Базовый</u>	<u>Продвинутый</u>	<u>Высокий</u>	

					<u>освоение</u>
ПК-4 Способен к управлению (менеджменту) информационными ресурсами на основе организации работ по созданию и редактированию контента, управлению информацией из различных источников, контроля за наполнением сайта, локальных изменений структуры сайта, анализа информационных потребностей посетителей сайта, подготовки отчетности по сайту, поддержки процессов модернизации и продвижения сайта	Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта	Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта	Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта	Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта	Устный опрос Письменная работа Темы 1-5
	Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ	Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ	Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ	Отслеживает тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ	
	Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	

2. ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ¹

¹ Указываются оценочные средства, применяемые в ходе реализации рабочей программы данной дисциплины.

Таблица 3

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
1	Деловая/ролевая игра	Совместная деятельность группы обучающихся и преподавателя под управлением преподавателя с целью решения учебных и профессионально-ориентированных задач путем игрового моделирования реальной проблемной ситуации. Позволяет оценивать умение анализировать и решать типичные профессиональные задачи.	Тема (проблема), концепция, роли и ожидаемый результат по каждой игре
2	Кейс-задача	Проблемное задание, в котором обучающемуся предлагают осмыслить реальную профессионально-ориентированную ситуацию, необходимую для решения данной проблемы.	Задания для решения кейс-задачи
3	Коллоквиум, опрос-диспут	Средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде собеседования преподавателя с обучающимися.	Темы 1-5
4	Круглый стол (дискуссия, полемика, диспут, дебаты)	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.	Перечень дискуссионных тем для проведения круглого стола, дискуссии, полемики, диспута, дебатов (см. раздел 5 "Материалы для проведения текущего контроля)
5	Портфолио	Целевая подборка работ студента, раскрывающая его индивидуальные образовательные достижения в одной или нескольких учебных дисциплинах.	Структура портфолио
6	Реферат	Средство, позволяющее оценить способность обучающегося исследовать поставленную научную проблему на основе изучения рекомендуемой литературы (монографий, научных статей, архивных материалов и других источников), делать научно-практические выводы	

	<p>по определенному разделу (теме) учебной дисциплины и излагать свои мысли на бумаге. Реферат имеет самостоятельное научно-прикладное значение и является одной из форм рубежного или итогового контроля знаний. Высокой оценки заслуживает тот реферат, в котором изложение материала носит проблемно-полемиический характер, показывает различные точки зрения на освещаемую проблему, отражает собственные взгляды и комментарии автора, что демонстрирует глубокие знания исследуемой проблемы</p>	
--	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

№	Наименование оценочного средства	Характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
7	Проект (презентация)	Конечный продукт, получаемый в результате планирования и выполнения комплекса учебных и исследовательских заданий. Позволяет оценить умения обучающихся самостоятельно конструировать свои знания в процессе решения практических задач и проблем, ориентироваться в информационном пространстве и уровень сформированности аналитических, исследовательских навыков, навыков практического и творческого мышления. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.	Темы групповых и/или индивидуальных проектов (См. раздел 5" Материалы для проведения текущего контроля)
8	Решение разноуровневых задач (заданий)	Различают задачи и задания: а) репродуктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать знание фактического материала (базовые понятия, алгоритмы, факты) и умение правильно использовать специальные термины и понятия, узнавание объектов изучения в рамках определенного раздела дисциплины; б) реконструктивного уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения синтезировать, анализировать, обобщать фактический и теоретический материал с формулированием конкретных выводов, установлением причинно-следственных связей; в) творческого уровня, позволяющие оценивать и диагностировать умения, интегрировать знания различных областей, аргументировать собственную точку зрения.	Комплект разноуровневых задач (заданий)
9	Эссе	Средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с	Темы эссе (См. раздел 5 "Материалы для проведения текущего контроля").

		использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.	
10	Тест	Средство, позволяющее оценить уровень знаний обучающегося путем выбора им одного из нескольких вариантов ответов на поставленный вопрос. Возможно использование тестовых вопросов, предусматривающих ввод обучающимся короткого и однозначного ответа на поставленный вопрос.	Тестовые задания (См. раздел 5. "Материалы для проведения текущего контроля").

Приведенный перечень оценочных средств при необходимости может быть дополнен.

3. ОПИСАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ И КРИТЕРИЕВ ОЦЕНИВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ

Оценивание результатов обучения по дисциплине «СОВРЕМЕННЫЕ МЕДИАСИСТЕМЫ И МЕДИАЭКОНОМИКА» осуществляется в соответствии с Положением о текущем контроле успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся.

Предусмотрены следующие виды контроля: текущий контроль (осуществление контроля всех видов аудиторной и внеаудиторной деятельности обучающегося с целью получения первичной информации о ходе усвоения отдельных элементов содержания дисциплины) и промежуточная аттестация (оценивается уровень и качество подготовки по дисциплине в целом).

Показатели и критерии оценивания компетенций, формируемых в процессе освоения данной дисциплины, описаны в табл. 4.

Таблица 4.

7. ОЦЕНКА КОМПЕТЕНЦИЙ ПО ИЗУЧАЕМОЙ ДИСЦИПЛИНЕ

Оценка на экзамене

№	Критерии оценки			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
ЗНАТЬ				
1	Обучающийся не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины. Компетенции не сформированы. Знания отсутствуют, умения и навыки не сформированы	Обучающийся усвоил основное содержание материала дисциплины, но имеет пробелы в усвоении материала. Имеет несистематизированные знания, сформированы базовые структуры знаний	Обучающийся способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале. Знания обширные, системные	Обучающийся знает, понимает, выделяет главные положения в изученном материале и способен дать краткую характеристику основным идеям проработанного материала дисциплины. Знания твердые, аргументированные, всесторонние
УМЕТЬ				
2	У обучающегося умения не сформированы	Умения фрагментарны и носят репродуктивный характер	Умения носят репродуктивный характер, применяются к решению типовых заданий	Обучающийся умеет анализировать элементы, устанавливать связи между ними. Умения успешно применяются

				к решению как типовых, так и нестандартных творческих заданий
ВЛАДЕТЬ				
3	<p>У обучающегося навыки не сформированы.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - существенные пробелы в знаниях учебного материала; - допускаются принципиальные ошибки при ответе на основные вопросы билета, отсутствует знание и понимание основных понятий и категорий; - непонимание сущности дополнительных вопросов в рамках заданий билета; - отсутствие умения выполнять практические задания, предусмотренные программой дисциплины; - отсутствие готовности (способности) к дискуссии и низкая степень контактности 	<p>Демонстрируется низкий уровень самостоятельности практического навыка.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знания теоретического материала; - неполные ответы на основные вопросы, ошибки в ответе, недостаточное понимание сущности излагаемых вопросов; - неуверенные и неточные ответы на дополнительные вопросы; - недостаточное владение литературой, рекомендованной программой дисциплины; - умение без грубых ошибок решать практические задания, которые следует выполнить 	<p>Демонстрируется достаточный уровень самостоятельности устойчивого практического навыка.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - знание и понимание основных вопросов контролируемого объема программного материала; - твердые знания теоретического материала; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории, выявлять противоречия, проблемы и тенденции развития; - правильные и конкретные, без грубых ошибок, ответы на поставленные вопросы; - умение решать практические задания, которые следует выполнить; - владение основной литературой, рекомендованной программой дисциплины; - наличие собственной обоснованной позиции по обсуждаемым вопросам. 	<p>Обучающийся владеет концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией.</p> <p>Демонстрируется высокий уровень самостоятельности, высокая адаптивность практического навыка.</p> <p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> - глубокие, всесторонние и аргументированные знания программного материала; - полное понимание сущности и взаимосвязи рассматриваемых процессов и явлений, точное знание основных понятий в рамках обсуждаемых заданий; - способность устанавливать и объяснять связь практики и теории; - логически последовательные, содержательные, конкретные и исчерпывающие ответы на все задания билета, а также дополнительные вопросы экзаменатора; - умение решать практические задания;

			Возможны незначительные оговорки и неточности в раскрытии отдельных положений вопросов билета, присутствует неуверенность в ответах на дополнительные вопросы	- свободное использование в ответах на вопросы материалов рекомендованной основной и дополнительной литературы
	Компетенция или ее часть не сформирована	Компетенция или ее часть сформирована на базовом уровне	Компетенция или ее часть сформирована на среднем уровне	Компетенция или ее часть сформирована на высоком уровне

Оценка на зачете

№	Критерии оценки	
	«не зачтено»	«зачтено»
ЗНАТЬ		
1	Обучающийся не способен самостоятельно выделять главные положения в изученном материале дисциплины	Обучающийся самостоятельно выделяет главные положения в изученном материале. Показывает глубокое знание и понимание основ дисциплины
УМЕТЬ		
2	Обучающийся испытывает некоторые затруднения. Обучающийся не последовательно излагает материал. Обучающийся не умеет анализировать и систематизировать факты	Обучающийся умеет анализировать элементы, устанавливать связи между ними. Обучающийся умеет самостоятельно анализировать, сопоставлять факты, при ответе использует знания по дисциплине, умеет оперировать полученными знаниями, демонстрирует устойчивые умения и навыки по дисциплине
ВЛАДЕТЬ		
3	Обучающийся не владеет навыками по дисциплине	Обучающийся владеет концептуально-понятийным аппаратом, научным языком и терминологией в рамках дисциплины. Обучающийся владеет знаниями всего изученного материала, владеет необходимыми в рамках дисциплины навыками

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения

По видам заданий приводится описание того, каким образом необходимо выполнить данное задание, способы и механизмы его выполнения, выбор номера варианта и др.

При изучении дисциплины необходим системный подход. Содержание дисциплины представлено как совокупность взаимосвязанных между собой учебных тем. Поэтому осваивать учебный материал необходимо постепенно.

В процессе самостоятельного изучения учебного материала необходимо учитывать нижеследующие методические рекомендации по изучению отдельных тем программы.

Рекомендации по конспектированию

Чтение учебной и научной литературы должно сопровождаться краткими записями содержания. Они помогают выделить основные положения изучаемой книги.

Ведение записей поможет студенту быстро повторить прочитанное.

Большое значение имеет совершенствование навыков конспектирования (это краткое письменное изложение содержания книги, лекции сопровождающееся фактами и примерами).

Рекомендации по конспектированию текста:

- внимательно прочитать текст, отмечая непонятные места, новые имена и даты;
- на полях выписать понятия, навести справку о лицах, которые неизвестны, о событиях, упоминаемых в тексте;
- необходимо составить план – перечень основных мыслей автора. Затем отметить, как автор доказывает основные мысли своей работы;
- на заключительном этапе конспектирования нужно перечитать ранее отмеченные места.

Текст автора лучше выражать своими словами и записывать его на одной стороне листа, оставляя небольшие поля для исправления.

Рекомендации по работе с тестовой системой.

Контроль, освоение курса осуществляется путем сдачи студентами письменных тестов. В тестах предусмотрено четыре (иногда пять) типа вопросов.

1. Выбор единственно правильного ответа. Ответ на вопрос данного типа должен быть только один.

2. Выбор нескольких правильных ответов. Задача состоит в том, чтобы выбрать из предложенного списка вариантов ответов несколько верных.

3. Установка последовательности правильных ответов. Задача состоит в том, чтобы пронумеровать предложенные варианты ответов в правильном порядке.

Установка соответствия ответов. Задача состоит в том, чтобы для каждого варианта ответов выбрать из предложенного списка соответствий вариантам ответов один или несколько верных.

Рекомендации по подготовке к зачету, экзамену

Зачет (экзамен) являются формой итогового контроля студентов по дисциплине «Типология средств массовой коммуникации». Сдаются по вопросам, приведенным в настоящей рабочей программе. Зачет (экзамен) проводится в устной форме путем ответа студентов на вопросы (билеты), сформулированные преподавателем.

Преподаватель во вступительном слове рассказывает об особенностях и порядке проведения зачета (экзамена), о критериях оценки знаний.

Каждый студент, войдя в аудиторию, получает вопрос (билет), затем начинает подготовку к ответу. Время подготовки – 15 -30 минут на вопросы. После ответа по вопросу, студенту могут быть заданы дополнительные вопросы в рамках всей учебной программы. Более углубленно проверяются знания студентов, имеющих низкие оценки по результатам текущего контроля, а также пропустивших большое количество учебных

занятий. Знания определяются оцениваются терминами «зачтено», «не зачтено», "отлично", "хорошо", "удовлетворительно".

Методические рекомендации по подготовке реферата.

Реферат – это краткое изложение в письменном виде какой-либо научной проблемы (сложного вопроса) или содержания рекомендуемой книги, монографии, научной работы, результатов исследований архивных материалов и других источников с научно-практическими выводами по определенному разделу (теме) учебной дисциплины. Он имеет самостоятельное научно-прикладное значение и является одной из форм рубежного или итогового контроля знаний, проверки умений излагать свои мысли на бумаге. Высокой оценки заслуживает тот реферат, в котором изложение материала носит проблемно-полемиический характер, показывает различные точки зрения на освещаемую проблему, отражает собственные взгляды и комментарии автора, что демонстрирует глубокие знания исследуемой проблемы.

В структуре реферата следует иметь:

- титульный лист;
- план (оглавление) реферата;
- введение;
- основная часть (2-3 вопроса);
- заключение;
- список использованной литературы.

План реферата отражает содержательную сторону письменной работы.

Во введении объясняется научно-практическая значимость и актуальность выбранной темы, определяются цели и задачи реферата (объемом на одну – две печатные страницы).

В основной части научно обоснованно раскрывается содержание каждого вопроса со ссылкой на литературные источники, анализируются теоретические положения и определяется их практическая значимость. Каждый вопрос заканчивается краткими выводами (объем 10-15 печатных страниц).

В заключении подводятся итоги или дается обобщающий вывод по теме реферата, указываются дальнейшие пути ее развития, даются теоретические и практические рекомендации (с объемом 2-3 печатные страницы).

Список использованной литературы оформляется в соответствии с установленными требованиями к описанию библиографического аппарата литературы и других источников.

Общий объем реферата может составлять около 15-20 страниц машинописного (компьютерного) текста через полтора интервала или 20-25 рукописных страниц, написанных аккуратным почерком на одной стороне листа.

При подготовке реферата слушатель консультируется у преподавателя, ведущего занятия в учебной группе. Написанный реферат должен быть представлен преподавателю на проверку.

5. Материалы для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1. Организация входного, текущего и промежуточного контроля обучения

Входная проверка – проводится на первом занятии. Проводится в письменной форме. Проводится письменная работа.

Текущий контроль – проводится преподавателем на каждом занятии. Он представляет собой фронтальный опрос или письменную работу, коллоквиум - проверку знаний обучающихся по ранее данному им материалу. Текущий контроль осуществляется по всем темам обучения дисциплине «Современные медиасистемы и медиаэкономика». Текущий контроль – это и индивидуальные задания в форме научного доклада, написание реферата, дискуссия.

Промежуточная аттестация – проводится по итогам изучения дисциплины письменно или устно в виде выполнения контрольных заданий, которые являются показателями их готовности к сдаче экзамена. Промежуточная аттестация – контрольная письменная работа.

5.2. Тематика рефератов, проектов, творческих заданий, эссе.

Тематика рефератов (Семестр 3).

1. В чем состоят различия между понятиями Медиа, Медиа индустрия, Медиа бизнес?
2. Какие основные бизнес-модели применяются в медиа индустрии?
3. Каким образом форма собственности влияет на функционирование медиа единиц? Можно ли говорить о специфике медиа-бизнеса применительно к медиа, контролируемым государством?
4. Какова должна быть роль государства на медиа рынке?
5. Как соотносятся между собой Медиа рынок и Медиа рекламный рынок? Можно ли утверждать, что второе это часть первого?
6. Правомерно ли утверждение о том, что мультимедийные холдинги более устойчивы в бизнес отношении по сравнению с мономедийными?
7. Является ли сегмент BTL составной частью медиа рынка?
8. Перечислите ключевые направления исследований, необходимые при изучении медиа рынка.
9. Анализ аудитории необходим для понимания специфики тех или иных медиа единиц или для оценки их рекламного потенциала?
10. Какие основные составляющие рекламного рынка необходимо изучать для оценки эффективности функционирования отдельных медиа единиц и меди рынка в целом?
11. Каким образом рассчитывается эффективность закупки медиа контента? Есть ли принципиальная разница при определении эффективности закупок медиа контента для разных медиа сегментов (телевидения, радио, газет, журналов, Интернет-порталов и т.д.)?
12. Охарактеризуйте современную структуру телевизионного сегмента в России? Отличается ли она принципиально от структуры развитых в экономическом отношении стран?
13. Перечислите основные статьи доходов и расходов телеканалов.
14. В чем заключается принципиальное различие при размещении рекламы по так называемым минутным прайс-листам и по рейтингам?
15. В чем состоит специфика кабельно-спутникового телевидения при формировании бизнес-моделей?
16. Почему наиболее успешные в бизнес отношении радио рекламные холдинги находятся в США? Связано ли это с бизнес-моделями, применяемыми в данной стране в сегменте радио?
17. Чем объясняется динамичное усиление позиций Интернет-сферы на медиа рынке? Можно ли это объяснить только появлением новых технологий передачи информации?
18. Правомерно ли утверждение, что на рекламном рынке в ближайшей перспективе сегмент Интернет-рекламы выйдет на ведущие позиции в мире?
19. Каковы основные способы «зарабатывания денег» в Интернете?
20. Чем объясняется объединение книгоиздательского и газетно-журнального бизнесов в единый издательский сегмент?

21. Какие подсегменты следует выделить в газетно-журнальном сегменте рекламного рынка?
22. Что такое специализированные рекламные издания? Классифицируйте их и назовите источники доходов каждого типа подобных изданий? Почему в последние годы позиции данного подсегмента существенно ослабли на рекламном рынке?
23. Можно ли утверждать, что наружная реклама является составной частью медиа рынка? Поясните свою позицию и приведите аргументы.
24. Отличаются ли друг от друга следующие термины: Наружная реклама, Out of home advertising (ООН), Indoor-реклама, Транзитная реклама?
25. Является ли Интернет новым медиа или же это самостоятельный медиа сегмент? Поясните свою точку зрения.
26. Правомерно ли утверждение о том, что сегмент кинопроизводства составной частью медиа рынка? Аргументируйте свой ответ.
27. Приведите наиболее яркие примеры использования product placement в кинопроизводстве.
28. Следует ли относить тиражирование (а не создание) аудио- и видео продукции к медиа рынку? Почему?

5.3. Курсовая работа

Курсовая работа (3семестр) не предусмотрена

5.4. Вопросы к зачету

Зачет не предусмотрен (3 семестр).

5.5. Вопросы к экзамену

Экзамен (3 семестр)

1. Соотношение понятий Экономика, Экономическая теория, Economics, Media Economics, МедиаЭкономика.
2. Специфика МедиаЭкономики.
3. Соотношение понятий Медиа, Средства массовой информации, Средства массовой коммуникации, МедиаЭкономика, Медиа бизнес, Медиа индустрия, Медиа бизнес.
4. Классификация медиа.
5. Ключевые статьи доходов и расходов в медиа индустрии.
6. Основные бизнес-модели в медийном бизнесе.
7. Структура медиа рынка. Крупнейшие мировые и российские медиа холдинги.
8. Соотношение понятий Медиа рынок, Рынок маркетинговых коммуникаций, Рекламный рынок, Медиа рекламный рынок, Рынки ATL и BTL.
9. Субъекты рекламного рынка.
10. Общая характеристика состояния мирового рекламного рынка. Крупнейшие игроки на мировом рекламном рынке.
11. Современный российский рекламный рынок: состояние, проблемы, перспективы развития.
12. Крупнейшие игроки на российском рекламном рынке.
13. Кризис на российском рекламном рынке.
14. Основные направления исследований на рекламном рынке. Мировой рынок маркетинговых исследований.
15. Состояние рынка маркетинговых исследований в России.
16. Общая характеристика изучения аудитории как одного из основных направлений исследований на медиа рынке.
17. Основные аудиторные показатели: основные медиа показатели, основные медиа рекламные показатели.
18. Технологии измерения аудитории в разных медиа.

19. Изучение потребительского поведения как одно из основных направлений исследований на медиа рынке
20. Мониторинг рекламной информации: определение, цели, технологии, проблемы. Российский рынок мониторинга рекламы.
21. Общая характеристика технологий оценки рекламных бюджетов, не использующих индустриальные методы измерений.
22. Общая характеристика технологий оценки рекламных бюджетов, использующих индустриальные методы измерений.
23. Экономическая эффективность медиа.
24. Эффективность рекламной деятельности.
25. Факторы, воздействующие на конечную эффективность рекламы.
26. Эффективность рекламной кампании.
27. Схема оценки эффективности рекламной деятельности медиа.
28. Общая характеристика основных типов телевизионного вещания.
29. Мировой и российский телерекламные рынки.
30. Основные принципы ценообразования при размещении рекламы. Общая характеристика. Ценообразование при продаже рекламы за единицу рекламного пространства.
31. Ценообразование при продаже рекламы по рейтингам.
32. Основные формы вознаграждения рекламных агентств.
33. Основные формы оплаты услуг селлеров.
34. Кабельно-спутниковое телевидение в России. Общая характеристика.
35. Основные субъекты сегмента кабельно-спутникового телевидения.
36. Основные бизнес-модели в сегменте кабельно-спутникового телевидения.
37. Интернет как медиа.
38. Рынок Интернет-рекламы в России.
39. Медийная реклама как составная часть Интернета.
40. Контекстная реклама и ее специфика.
41. Общая характеристика сегмента радио как элемента медиа индустрии.
42. Основные источники доходов в радио индустрии.
43. Общая характеристика мирового и российского радио рекламных рынков.
44. Ценообразование на рынке радио рекламы.
45. Общая характеристика рынка издательской деятельности.
46. Книгоиздательство как сегмент медиа индустрии.
47. Рынок периодической печати. Общая характеристика. Основные бизнес-модели.
48. Общая характеристика мирового и российского газетно-журнальных рекламных рынков.
49. Ценообразование на рекламном рынке периодических изданий.
50. Наружная реклама и медиа индустрия.
51. Общая характеристика рынка наружной рекламы в мире и в России. Специфика российского рынка наружной рекламы.
52. Основные типы рекламносителей в наружной рекламе. Сетевые форматы. Ценообразование на рынке наружной рекламы.

5.6. Контроль освоения компетенций

Вид контроля	Контролируемые темы (разделы)	Компетенции, компоненты которых контролируются
Фронтальный опрос	2,3,4,5	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Входной контроль	1	УК-1, ОПК-4, ОПК-5,
Отчет	2,3,4,5	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7,

		ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4
Письменная работа	4	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7
Реферат	2,3,4,5	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-3, ПК-4

Приложение 1

**Методические рекомендации для обучающихся по освоению учебной дисциплины
(модулю)**

Вид работ	Методические рекомендации
Лекции	<p>Это форма аудиторной работы, в рамках которой представляется основной теоретический материал по курсу. Как правило, лекции проводятся в двух наиболее распространенных форматах - монолог, когда лектором выступает преподаватель, ведущий дисциплину, читает лекцию, сопровождая ее визуальным материалом (слайдами, кино и фото продуктами и т.д.) и диалог, когда лекция представляет собой диалогическую форму представления теоретического материала, при этом, в диалоге могут принимать участие как приглашенные преподаватели, специалисты в данной области, так и обучающиеся. Основная методическая атрибутика лекции включает в себя: тему лекции, план лекции, основные понятия лекции (хэштеги), перечень вопросов для осмысления, специальные задания для самостоятельного размышления и закрепления лекционного материала. Лекции - это обязательная часть данной дисциплины, поэтому подготовка и участие в них обязательны для слушателя курса. К основным требованиям по готовности к лекциям относятся требования организации внимания; выбора формы усвоения материала: письменный конспект, онлайн-конспект, фото-конспект, аудио-конспект; активного восприятия на лекции представленного материала, дополнительная подготовка к лекции - прочтение рекомендованной литературы. В ходе освоения лекционного материала рекомендуется подготовить и включить в работу атлас вопросов: в нем держаться все вопросы, которые, на Ваш взгляд, уместны при анализе представленного в лекции материала. Они помогут выявить наиболее сложные моменты материала и представить вариативные ответы.</p>
Практические занятия	<p>Направлены на практическое постижение изучаемого материала. Представляют собой занятия проектной форму организации работы обучающиеся, а проекты, выполняемые обучающимися, отличаются исследовательским характером и позволяют сформировать базы данных конкретном сегменте изучаемого пространства. Для подготовки к практическим занятиям необходимо освоить ту проблематику и тему, которой посвящено данное практическое занятие. Следует также ознакомиться с вопросами, предлагаемыми преподавателем для осмысления темы на практическом занятии и с формулировками задач, предлагаемых для решения. Если это задачи, требующие предварительной подготовки - домашних заготовок, то необходимо так рассчитать свое время, чтобы подготовить этот домашний кейс к началу практической работы.</p>
Самостоятельная работа.	<p>Различают аудиторную (во время лекционных и практических занятий) и внеаудиторную самостоятельную работу. Она нацелена в данной дисциплине на освоение обучающимися самостоятельных действий по изучению методик креативности и применения этих методик в журналистской деятельности, то</p>

	<p>есть носит практико-ориентированный профессиональный характер. Поэтому все задания самостоятельной работы касаются анализа журналистской практики или/и профессиональной рефлексии. При выполнении заданий для самостоятельной работы ориентируйтесь на предложенные методики, которые прописаны в формулировках задач и лабораторных заданий. Они станут для вас ориентиром при планировании и осуществлении самостоятельной работы. Результаты самостоятельной работы по данной дисциплине учитываются при оценке практических занятий и могут быть добавлены в рейтинговый показатель работы обучающихся. Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя: - подготовку к аудиторным занятиям (лекциям, практическим, семинарским, лабораторным работам и др.) и выполнение соответствующих заданий; - самостоятельную работу над отдельными темами учебных дисциплин в соответствии с учебно-тематическими планами; - написание рефератов, докладов, эссе; - выполнение письменных контрольных и курсовых работ; - подготовку к зачету. Выполнение любого вида самостоятельной работы предполагает прохождение обучающимися следующих этапов: - определение цели самостоятельной работы; - конкретизация познавательной (проблемной или практической) задачи; - самооценка готовности к самостоятельной работе по решению поставленной или выбранной задачи; -выбор адекватного способа действий, ведущего к решению задачи (выбор путей и средств для ее решения); - планирование (самостоятельно или с помощью преподавателя) самостоятельной работы по решению задачи; - реализация программы выполнения самостоятельной работы. Методические советы и рекомендации к заданиям. Все типы заданий, выполняемых обучающимися, в том числе в процессе самостоятельной работы, так или иначе содержат установку на приобретение и закрепление определенного Государственным образовательным стандартом высшего профессионального образования объема знаний, а также на формирование в рамках этих знаний некоторых навыков мыслительных операций: умения оценивать, анализировать, сравнивать, комментировать и т.д.</p>
Реферат	<p>Один из видов самостоятельной работы обучающихся, направленный на выявление уровня усвоения учебного материала. Реферат является документом, выступающим особой формой отчетности по самостоятельной работе обучающихся в процессе изучения курса, представляет собой итог самостоятельного изучения обучающимися одной или нескольких научных работ и должна отражать их основное содержание. При написании обучающийся должен продемонстрировать умение выделять главное в научном тексте, видеть проблемы по теме работы, а также пути и способы их решения. Написанию работы предшествует большая самостоятельная работа по изучению учебной, специальной научной литературы. Она позволяет обучающимся овладеть комплексом основных навыков и приемов анализа, обобщения, классификации полученной информации, которая поможет в дальнейшей профессиональной деятельности. В работе обучающийся должен использовать три группы источников: оригинальные труды ученых-классиков; монографии, сборники научных работ, справочные издания, словари, энциклопедии; журнальные статьи, реферативные журналы, материалы периодической печати. Каждому обучающемуся рекомендуется при чтении учебной и дополнительной литературы вести записи: делать выписки, составлять конспекты, аннотации, вносить новые понятия в словарь терминов, заполнять библиографические карточки и располагать их</p>

	<p>в алфавитном порядке. Работа должна иметь четкую структуру: 1) титульный лист; 2) содержание; 3) основная часть; 4) заключение; 5) библиографический список. При написании работы обязательны цитирование, ссылки на источники и статистические данные. Поэтому при изучении литературы следует правильно и полно оформлять библиографические данные на используемые источники (учебники, учебные пособия, монографии, статьи, словари, энциклопедии). Требования к написанию контрольной работы по форме. Работа должна быть написана научным языком, грамотно. Стандартный объем работы не менее 15 машинописных страниц.</p>
Коллоквиум	<p>На занятии обучающиеся выступают с ответами, отвечают на вопросы преподавателя, обсуждают вопросы по изученному материалу. Преподавателем оцениваются: уровень подготовки по теме, способность системно и логично излагать материал, анализировать, формулировать собственную позицию, отвечать на дополнительные вопросы.</p>
Письменная работа	<p>Письменная работа представляет собой такую форму образовательной деятельности обучающихся, которая позволяет нацелить обучающихся на самостоятельное решение конкретных практических задач. Письменная работа выполняется в аудитории самостоятельно по вопросам, а также задачам, которые позволяют определить степень форсированности творческих навыков и компетенций обучающихся. Для подготовки к письменной работе обучающихся рекомендуется определить круг источников, которые станут для вас основным предметом исследования. К ним могут относиться: рекомендованная преподавателем литература (теоретическая и публицистическая), тексты журналистских материалов, опубликованные за определенный период времени и в определенном издании, конспекты лекций, предложенные преподавателем или записанные на лекциях собственноручно и т.д. Выбрав источник, проштудируйте его на предмет поиска ответов на поставленные вопросы, которые и будут являться средством контроля. Также необходимо уточнить все неясные стороны вопросов, предложенных преподавателем. При этом, имеет значение как формулировка вопроса - она не должна вызывать в свою очередь недоумения, и его объем - какое количество информации следует изучить для полного изложения ответа на данный вопрос. При подготовке к письменной работе также важно уточнить ее форму - задачник, квест, проблемная ситуация и т.д. Это поможет вам сосредоточиться на тех или иных источниках и обозначить для себя наиболее проблемные точки при анализе своих знаний.</p>
Научный доклад	<p>Для успешного научного доклада необходимо внимательно изучить источники, вникнуть в проблему, выделить фрагменты материалов, которые вы будете использовать в докладе. Рассмотрите разные источники - это придаст докладу весомости и объективности. При выборе темы доклада ориентируйтесь на те темы, которые вызвали у вас интерес. Это сделает вашу работу эффективнее, позволит с энтузиазмом искать и изучать материалы, вникать во все тонкости. Личное желание - хороший стимул. Если все темы показались примерно одинаковыми, стоит выбрать направление, которое уже знакомо, по нему есть наработки, информация более доступна. Внимательно работайте с источниками: они должны не только быть представлены в достаточном количестве (не менее 10), но и отличаться качеством. В Интернете нужно брать только материалы с известных академических сайтов, так как там информация носит проверенный характер, что очень важно при подготовке научного доклада. Желательно использовать хотя бы один основной источник, взятый в</p>

	<p>библиотеке. Печатная литература контролируется и проверяется лучше. Сведения, содержащиеся в ней, отличаются достоверностью и точностью.</p> <p>Тщательно следите за изложением материала в вашем докладе, грамотностью, логичностью структуры. Старайтесь не удаляться от обозначенных вопросов, не делать больших отступлений, писать всё последовательно и чётко. Следуйте заранее составленному плану. Объем доклада в среднем составляет 10 страниц машинописного текста через 1,5 интервала 14 кеглем, шрифт Times New Roman. Выступая с докладом используйте презентацию, которая позволит визуализировать выступление и сделать его привлекательным.</p>
Зачет	<p>Психологи советуют готовиться к зачетным испытаниям по частям и использовать прием – от простого к сложному. Для этого сначала надо запоминать самое лёгкое, а потом переходить к сложному материалу. Важно планировать количество выученного материала на каждый день, использовать время для подготовки к экзамену для плодотворной работы как по воспоминанию пройденного материала, так и по освоению самостоятельно нового - не усвоенного в процессе лекционных и практических занятий. Всегда следует помнить, что пройти надо весь материал - это будет гарантией свободного и уверенного поведения на зачете, а для этого надо правильно рассчитать дни до экзамена, определив объемы того, что требуется выучить за день. Следует учить вопросы по несколько сразу, объединяя их тематически, такой подход позволяет эффективнее запоминать пройденное и использовать его при трактовке вопроса. Более того, тематически объединенные вопросы позволяют сделать материал понятным - а это повышает запоминаемость.</p>
Дискуссия	<p>Дискуссии относятся к наиболее широко известным в истории педагогики методам обучения. Педагог в этой системе выступает активным субъектом, вкладывающим в пассивного обучающегося некое содержание, опыт, знания, которые необходимо усвоить обучающемуся.</p> <p>Одна из возможностей избежать авторитарного стиля преподавания – организация на занятиях полемических ситуаций. Преподаватель и обучающийся будут вместе, хоть и с разными акцентами, участвовать в поисках истины. Именно так строится учебно-воспитательный процесс при использовании групповых, интерактивных (т.е., основанных на взаимодействии) методов обучения – дискуссии, исполнения ролей, имитационной игры. Среди них учебная дискуссия – наиболее распространённый метод. Её основная задача – выявление существующего многообразия точек зрения участников на какую-либо проблему и при необходимости всесторонний анализ каждой из них. Диспутом обычно называют публичную дискуссию, специально организованную для определённой аудитории. Дискуссия (от лат. discussio - рассмотрение, исследование), публичное обсуждение какого-либо спорного вопроса, проблемы; спор. Двумя важнейшими характеристиками дискуссии, отличающими её от других видов спора, является публичность, т.е. наличие аудитории и аргументированность, где обсуждая спорную (дискуссионную) проблему, каждая сторона, оппонируя мнению собеседника, аргументирует свою позицию.</p>
Экзамен	<p>Форма оценки качества усвоения обучающимися теоретических знаний учебного предмета или изучаемой дисциплины, их прочность и глубину усвоения, развитие творческого мышления, умения синтезировать, классифицировать и обобщать полученные знания и применять к решению задач практического и прикладн</p>

	ого характера.
Фронтальный опрос	Фронтальный опрос на занятии – это уникальная возможность занять большую группу учащихся и провести текущий контроль. Каждый педагог с легкостью назовет массу преимуществ фронтального опроса. Выделяются пять достоинств этого способа: экономит время, позволяя охватить за короткий промежуток максимальное количество учащихся; происходит отработка навыка лаконичного и точного ответа; дает возможность выделить из всей темы главное и запомнить эти моменты; учит отвечать по плану, обосновывая каждое утверждение последовательным изложением фактов; вовлеченность в групповую работу держит в напряжении всех учащихся. Благодаря фронтальному опросу педагог может выполнять множество задач. К примеру, проверить выполнение домашних заданий, степень восприятия нового материала, готовность к усвоению нового блока знаний и так далее.

Приложение 2

1. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по учебной дисциплине (модулю)

1.1. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

Темы	Контролируемые разделы дисциплины (результаты по разделам)	Код контролируемой компетенции (или её части) / и ее формулировка – по желанию
1,2,3,4,5	Тема 1. Введение в курс Медиаэкономика. Медиарынок и рынок маркетинговых коммуникаций. Исследования на медиарынке. Тема 2. Отдельные сегменты медиа рынка. Эфирное телевидение. Кабельное и спутниковое телевидение. Тема 3. Отдельные сегменты медиа рынка. Радио. Интернет. Тема 4. Отдельные сегменты медиа рынка. Издательский бизнес. Наружная реклама. Тема 5. Отдельные сегменты медиа рынка. Новые медиа. Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4
1,2,3,4,5	Тема 1. Введение в курс Медиаэкономика. Медиарынок и рынок маркетинговых коммуникаций. Исследования на медиарынке. Тема 2. Отдельные сегменты медиа рынка. Эфирное телевидение. Кабельное и спутниковое телевидение. Тема 3. Отдельные сегменты медиа рынка. Радио. Интернет. Тема 4. Отдельные сегменты медиа	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-2, ПК-4

	рынка. Издательский бизнес. Наружная реклама. Тема 5. Отдельные сегменты медиа рынка. Новые медиа. Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.	
4	Тема 4. Отдельные сегменты медиа рынка. Издательский бизнес.	УК-1, ОПК-4
1,2,3,4,5	Тема 1. Введение в курс Медиаэкономика. Медиарынок и рынок маркетинговых коммуникаций. Исследования на медиарынке. Тема 2. Отдельные сегменты медиа рынка. Эфирное телевидение. Кабельное и спутниковое телевидение. Тема 3. Отдельные сегменты медиа рынка. Радио. Интернет. Тема 4. Отдельные сегменты медиа рынка. Издательский бизнес. Наружная реклама. Тема 5. Отдельные сегменты медиа рынка. Новые медиа. Кинопроизводство и звукозапись как сегменты медиа рынка.	УК-1, ОПК-4, ОПК-5, ОПК-7, ПК-1, ПК-4
1	Тема 1. Введение в курс Медиаэкономика. Медиарынок и рынок маркетинговых коммуникаций. Исследования на медиарынке.	УК-1

1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Форма контроля	Критерии оценивания				Этап
	Отлично	Хорошо	Удовлетворительно	Неудовлетворительно	
Семестр 3					
Текущий контроль					
Письменная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом.	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом.	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания	

	умения к выполнению конкретных заданий.	Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	и умения к выполнению конкретных заданий.	
Научный доклад / Реферат	Тема полностью раскрыта. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники в нужном количестве. Структура работы и применённые методы соответствуют поставленным задачам.	Тема в основном раскрыта. Продемонстрирован средний уровень владения материалом по теме работы. Используются надлежащие источники. Структура работы и применённые методы в основном соответствуют поставленным задачам.	Тема частично раскрыта. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Используются источники, структура работы и применённые методы частично соответствуют поставленным задачам.	Тема не раскрыта. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом по теме работы. Используются источники, структура работы и применённые методы не соответствуют поставленным задачам.	
Контрольная работа	Правильно выполнены все задания. Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	Правильно выполнена большая часть заданий. Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к	Задания выполнены более чем наполовину. Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к	Задания выполнены менее чем наполовину. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.	

		выполнению конкретных заданий.	выполнению конкретных заданий.		
Фронтальный опрос	Высокий уровень владения материалом по теме. Превосходное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения. Прекрасно освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован высокий уровень понимания материала.	Средний уровень владения материалом по теме. Хорошее умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения. Хорошо освоен понятийный аппарат. Продемонстрирован средний уровень понимания материала.	Низкий уровень владения материалом по теме. Удовлетворительное умение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения. Понятийный аппарат освоен частично. Продемонстрирован удовлетворительный уровень понимания материала.	Неудовлетворительный уровень владения материалом по теме. Неумение формулировать свои мысли, обсуждать дискуссионные положения. Понятийный аппарат не освоен. Продемонстрирован неудовлетворительный уровень понимания материала.	
Тестирование	Процент правильных ответов >90%	Процент правильных ответов от 75% до 90%	Процент правильных ответов от 60% до 75%	Процент правильных ответов меньше 60%	

2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

2.1. Входной контроль

Вопросы

для входного контроля по дисциплине «Современные медиасистемы и медиаэкономика» (Семестр 3). Вариант 1

1. Соотношение понятий Экономика, Экономическая теория, Economics, Media Economics, МедиаЭкономика.
2. Специфика МедиаЭкономики.
3. Соотношение понятий Медиа, Средства массовой информации, Средства массовой коммуникации, МедиаЭкономика, Медиа бизнес, Медиа индустрия, Медиа бизнес.
4. Классификация медиа.

Письменная работа №1. Тема 1-4. (Семестр 3).

Обучающиеся выполняют письменную работу по предложенным вопросам:

1. В чем состоят различия между понятиями Медиа, Медиа индустрия, Медиа бизнес?

2. Какие основные бизнес-модели применяются в медиа индустрии?
3. Каким образом форма собственности влияет на функционирование медиа единиц? Можно ли говорить о специфике медиа-бизнеса применительно к медиа, контролируемым государством?
4. Какова должна быть роль государства на медиа рынке?
5. Как соотносятся между собой Медиа рынок и Медиа рекламный рынок? Можно ли утверждать, что второе это часть первого?
6. Правомерно ли утверждение о том, что мультимедийные холдинги более устойчивы в бизнес отношении по сравнению с мономедийными?
7. Является ли сегмент BTL составной частью медиа рынка?

Текущий контроль

2.3. Вопросы к рубежному контролю по дисциплине «Современные медиасистемы и медиаэкономика»

(Семестр 3)

1. Субъекты рекламного рынка.
2. Общая характеристика состояния мирового рекламного рынка. Крупнейшие игроки на мировом рекламном рынке.
3. Современный российский рекламный рынок: состояние, проблемы, перспективы развития.
4. Крупнейшие игроки на российском рекламном рынке.
5. Кризис на российском рекламном рынке.
6. Основные направления исследований на рекламном рынке. Мировой рынок маркетинговых исследований.
7. Состояние рынка маркетинговых исследований в России.
8. Общая характеристика изучения аудитории как одного из основных направлений исследований на медиа рынке.
9. Основные аудиторные показатели: основные медиа показатели, основные медиа рекламные показатели.

2.4. Вопросы для фронтального опроса по дисциплине «Современные медиасистемы и медиаэкономика» Темы 1-5.

(Семестр 3)

1. Соотношение понятий Экономика, Экономическая теория, Economics, Media Economics, МедиаЭкономика.
2. Специфика МедиаЭкономики.
3. Соотношение понятий Медиа, Средства массовой информации, Средства массовой коммуникации, МедиаЭкономика, Медиа бизнес, Медиа индустрия, Медиа бизнес.
4. Классификация медиа.
5. Ключевые статьи доходов и расходов в медиа индустрии.
6. Основные бизнес-модели в медийном бизнесе.
7. Структура медиа рынка. Крупнейшие мировые и российские медиа холдинги.
8. Соотношение понятий Медиа рынок, Рынок маркетинговых коммуникаций, Рекламный рынок, Медиа рекламный рынок, Рынки ATL и BTL.
9. Субъекты рекламного рынка.
10. Общая характеристика состояния мирового рекламного рынка. Крупнейшие игроки на мировом рекламном рынке.
11. Современный российский рекламный рынок: состояние, проблемы, перспективы развития.
12. Крупнейшие игроки на российском рекламном рынке.
13. Кризис на российском рекламном рынке.

14. Основные направления исследований на рекламном рынке. Мировой рынок маркетинговых исследований.
15. Состояние рынка маркетинговых исследований в России.
16. Общая характеристика изучения аудитории как одного из основных направлений исследований на медиа рынке.
17. Основные аудиторные показатели: основные медиа показатели, основные медиа рекламные показатели.
18. Технологии измерения аудитории в разных медиа.
19. Изучение потребительского поведения как одно из основных направлений исследований на медиа рынке
20. Мониторинг рекламной информации: определение, цели, технологии, проблемы. Российский рынок мониторинга рекламы.
21. Общая характеристика технологий оценки рекламных бюджетов, не использующих индустриальные методы измерений.
22. Общая характеристика технологий оценки рекламных бюджетов, использующих индустриальные методы измерений.
23. Экономическая эффективность медиа.
24. Эффективность рекламной деятельности.
25. Факторы, воздействующие на конечную эффективность рекламы.
26. Эффективность рекламной кампании.
27. Схема оценки эффективности рекламной деятельности медиа.
28. Общая характеристика основных типов телевизионного вещания.
29. Мировой и российский телерекламные рынки.
30. Основные принципы ценообразования при размещении рекламы. Общая характеристика. Ценообразование при продаже рекламы за единицу рекламного пространства.
31. Ценообразование при продаже рекламы по рейтингам.
32. Основные формы вознаграждения рекламных агентств.
33. Основные формы оплаты услуг селлеров.
34. Кабельно-спутниковое телевидение в России. Общая характеристика.
35. Основные субъекты сегмента кабельно-спутникового телевидения.
36. Основные бизнес-модели в сегменте кабельно-спутникового телевидения.
37. Интернет как медиа.
38. Рынок Интернет-рекламы в России.
39. Медийная реклама как составная часть Интернета.
40. Контекстная реклама и ее специфика.
41. Общая характеристика сегмента радио как элемента медиа индустрии.
42. Основные источники доходов м радио индустрии.
43. Общая характеристика мирового и российского радио рекламных рынков.
44. Ценообразование на рынке радио рекламы.
45. Общая характеристика рынка издательской деятельности.
46. Книгоиздательство как сегмент медиа индустрии.
47. Рынок периодической печати. Общая характеристика. Основные бизнес-модели.
48. Общая характеристика мирового и российского газетно-журнальных рекламных рынков.
49. Ценообразование на рекламном рынке периодических изданий.
50. Наружная реклама и медиа индустрия.
51. Общая характеристика рынка наружной рекламы в мире и в России. Специфика российского рынка наружной рекламы.
52. Основные типы рекламоносителей в наружной рекламе. Сетевые форматы. Ценообразование на рынке наружной рекламы.

