

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ
ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ
ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ПУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ПГУ»)

Институт филологии и социальных коммуникаций
Кафедра журналистики и издательского дела

УТВЕРЖДАЮ:

Директор Института филологии и
социальных коммуникаций

 Перевая О.С.
« 11 » Апреля 2024 г.

Приложение к рабочей программе учебной дисциплины

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации
обучающихся по дисциплине
Медиаэкономическая проблематика в СМИ

По направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело
(уровень магистратуры).

Программа магистратуры: Редактор средств массовой информации

Квалификация выпускника – магистр

Форма обучения – очная

Курс – 2 (3 семестр)

Разработчик
канд. филол. наук, доц.
Куянцева Е.А.

Заведующий кафедрой журналистики и
издательского дела

 Е.А. Куянцева
« 11 » Апреля 2024 г., протокол № 1

Пуганск, 2024

1. ПАСПОРТ ФОНДА ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

1.1. Область применения

Фонд оценочных средств (ФОС) – неотъемлемая часть рабочей программы дисциплины (модуля) Медиаэкономическая проблематика в СМИ и предназначен для контроля и оценки образовательных достижений студентов, освоивших программу дисциплины (модуля).

1.2. Цели и задачи фонда оценочных средств

Цель ФОС – установить соответствие уровня подготовки обучающегося требованиям ФГОС ВО магистратура по направлению подготовки 42.04.03 Издательское дело (программа магистратуры – редактор средств массовой информации), утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 № 513 (с изменениями и дополнениями).

1.3. Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения основной образовательной программы

Процесс освоения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций и индикаторов их достижения:

Код по ФГОС ВО	Индикатор достижения
	Профессиональные
ПК-3 способностью формировать репертуар издательской продукции	ПК-3.1. Знать тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации при формировании репертуара издательской продукции. ПК-3.2. Уметь учитывать тенденции развития рынка печатных и электронных средств информации при формировании репертуара издательской продукции. ПК-3.3. Владеть навыками формирования репертуара издательской продукции.

1.4. Этапы формирования компетенций и средства оценивания уровня их сформированности

Этапы формирования компетенций	Компетенции	Контрольно-оценочные средства / способ оценивания
Формирование медиа-индустрии. Проблематика медиаэкономического характера в СМИ. Особенности структуры рынка СМИ.	ПК-3	Устный опрос. Написание и защита реферата.
Концепция медиа-проекта. Организационно-административные процессы создания нового СМИ. Специфика медиаэкономики. Конкуренция на рынке СМИ.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Экономические процессы создания нового СМИ.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Экономика печатных СМИ. Экономика телевидения. Экономика радиоиндустрии.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.
Экономика телевидения: проблемы и перспективы. Экономические основы функционирования кабельной индустрии и индустрии онлайн-СМИ.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий и их защита.

Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий.
Структура рынка СМИ.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий.
Медиаэкономическая проблематика в онлайн-СМИ Освещение проблем медиа в экономическом аспекте в сети Интернет Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ: сравнительный аспект.	ПК-3	Устный опрос. Выполнение практических заданий.
	ПК-3	экзамен

1.5. Описание показателей формирования компетенций

Код компетенции	Планируемые результаты обучения (показатели)
ПК-3	<p>Знает: теоретические основы управления проектами и применения ее для организации деятельности журналиста и СМИ.</p> <p>Умеет: разрабатывать журналистские проекты, а также находить финансирование для их реализации.</p> <p>Владеет навыками формулирования идей проектов, анализа текущей ситуации и проблем, планирования проектов и управления проектными командами в журналистской деятельности.</p>

1.6. Критерии оценивания компетенций на разных этапах их формирования

Вид учебной работы	Количество баллов		
	ОФО	О-ЗФО	ЗФО
Устные ответы на семинарских занятиях	10		
Выполнение и защита практических / лабораторных работ	40		
Самостоятельная работа	20		
Иные виды учебной работы (подготовка презентации, написание реферата, решение задач и др.)	30		
Всего	100		

Накопительная система оценивания по 100-балльной шкале

Четырехбалльная система оценивания экзамена	100-балльная шкала	Буквенная шкала, соответствующая 100-балльной шкале	Система оценивания зачета
Отлично	90–100	А – отлично – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество их выполнения оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	83–89	В – очень хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью, без пробелов; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения большинства из них оценено числом баллов, близким к максимальному	
Хорошо	75–82	С – хорошо – теоретическое содержание курса освоено полностью; некоторые практические навыки работы с освоенным материалом	

		сформированы недостаточно; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены, качество выполнения ни одного из них не оценено минимальным числом баллов, некоторые виды заданий выполнены с ошибками	Зачтено
Удовлетворительно	63–74	D – удовлетворительно – теоретическое содержание дисциплины освоено частично, но пробелы не носят существенного характера; необходимые практические навыки работы с освоенным материалом в основном сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий выполнено, некоторые из выполненных заданий, содержат ошибки	
Удовлетворительно	50–62	E – посредственно – теоретическое содержание курса освоено частично; некоторые практические навыки работы не сформированы, многие предусмотренные программой обучения учебные задания не выполнены либо качество выполнения некоторых из них оценено числом баллов, близким к минимальному	
Неудовлетворительно	21–49	FX – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса освоено частично; необходимые практические навыки работы не сформированы; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий не выполнено либо качество их выполнения оценено числом баллов, близким к минимальному; при дополнительной самостоятельной работе над материалом курса возможно повышение качества выполнения учебных заданий	Не зачтено
Неудовлетворительно	0–20	F – неудовлетворительно – теоретическое содержание курса не освоено; необходимые практические навыки работы не сформированы; все выполненные учебные задания содержат грубые ошибки, дополнительная самостоятельная работа над материалом курса не приведет к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий	

1.7. Образец оформления экзаменационного билета

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ «ЛУГАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ПЕДАГОГИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «ЛГПУ»)

Кафедра журналистики и издательского дела

Дисциплина Медиаэкономическая проблематика в СМИ

Курс: 1 Направление подготовки: 42.04.03 Издательское дело

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 2

1. Научное исследование и его сущность.
2. Организация научной работы студентов.
3. СМИ как объект исследования.

Экзаменатор _____ Е.А. Куянцева.

Утверждено на заседании кафедры журналистики и издательского дела
«__» _____ 2024 г., протокол № __

2. КОНТРОЛЬНО-ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА

2.1. Оценочные средства текущего контроля (типовые)

Вопросы для устного опроса (на практических занятиях)

1. Формирование медиа-индустрии.
2. Проблематика медиаэкономического характера в СМИ.
3. Особенности структуры рынка СМИ.
4. Концепция медиа-проекта.
5. Организационно-административные процессы создания нового СМИ.
6. Специфика медиаэкономики. Конкуренция на рынке СМИ.
7. Экономические процессы создания нового СМИ.
8. Экономика печатных СМИ.
9. Экономика телевидения.
10. Экономика радиоиндустрии.
11. Экономика телевидения: проблемы и перспективы.
12. Экономические основы функционирования кабельной индустрии и индустрии онлайн-СМИ.
13. Процедуры регулярного менеджмента в медиакомпаниях.
14. Структура рынка СМИ.
15. Медиаэкономическая проблематика в онлайн-СМИ
16. Освещение проблем медиа в экономическом аспекте в сети Интернет
17. Новые ИКТ и экономика традиционных СМИ: сравнительный аспект.

Вопросы для экзамена:

1. Роль информации и СМИ в современном обществе.
2. Ключевые понятия экономики СМИ.

3. Общая характеристика рынка СМИ.
4. СМИ – двоянный рынок товаров и услуг.
5. Географический рынок СМИ.
6. Рынок ресурсов.
7. Издержки и прибыль в медиаэкономике.
8. Спрос и предложение на рынке.
9. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
10. Виды конкуренции на рынке СМИ.
11. Конкуренция СМИ на рынке свободного времени.
12. Конкуренция СМИ на рынке содержания.
13. Конкуренция СМИ на рынке рекламы.
14. Рыночные стратегии предприятий СМИ.
15. Современное состояние рынка печатных СМИ.
16. Экономические особенности рынка печатных СМИ.
17. Экономические особенности газетной индустрии.
18. Экономические особенности журнальной индустрии.
19. Тенденции и проблемы современного рынка периодической печати России.
20. Организация телевизионной индустрии.
21. Экономические основы телевизионной индустрии.
22. Основные экономические особенности телевизионной индустрии.
23. Основные способы снижения затрат на производство и закупку телевизионных программ.
24. Экономические особенности телесетей.
25. Экономические основы радиовещания.
26. Форматное радиовещание как основа современного радиорынка.
27. Общественное и государственное радиовещание.
28. Экономика кабельной индустрии.
29. Экономические основы индустрии онлайнных СМИ.
30. Конвергенция медиатехнологий, медиарынков и СМИ.
31. Конвергенция как фактор преобразования медиасистем.
32. Контент-индустрия в структуре экономики СМИ.
33. Экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ.
34. Экономика онлайнных СМИ.
35. Журналистика в условиях прогресса ИКТ.
36. Бизнес-модели онлайнных СМИ.
37. Источники доходов онлайнных СМИ.