

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

Кафедра «Экономика и финансы»

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«17» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«18» июня 2025 г.

Автор: А.И. Кириллова

МЕДИАЭКОНОМИКА

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.02 «Журналистика»,
профиль «Журналистика и медиатехнологии»
(очная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 26 от 17.06.2025)*

*Одобрено кафедрой «Экономика и финансы»
(протокол № 13 от 10.06.2025)*

Ярославль 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	5
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий.....	5
5.1. Содержание дисциплины	5
5.2. Учебно-тематический план	7
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	8
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	9
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	9
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	11
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	14
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	14
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	14
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	18
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	19
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	20
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	21
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем.....	21
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	22

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.1.1. «Медиаэкономика».

2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Дисциплина «Медиаэкономика» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (владения, умения и знания), соотнесённые с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
ОПК-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этнических норм регулирования	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.	Знать: основные положения экономической науки (базовую терминологию предметной области, основные законы экономической теории, методику экономического анализа и специфику организации учетно-аналитической деятельности в области рекламы, основные методы обработки финансово-экономической информации) Уметь: определять проблемы, цели и задачи стандартного исследования конъюнктуры рынка
		2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать: особенности рыночного механизма регулирования экономики Уметь: аргументированно обсуждать профессиональные экономические проблемы, делать обоснованные выводы; вести дискуссию по основным экономическим вопросам, применять знания объективных и экономических законов при решении социально-экономических и профессиональных задач
УК-1	Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный	1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации.	Знать: базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса Уметь: эффективно работать в редакции СМИ с учетом экономики медиадела

	подход для решения поставленных задач	2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу variability.	Знать: основы медиаменеджмента Уметь: планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок
		3. Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует общие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп.	Знать: функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса Уметь: учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ
		4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности.	Знать: как реализовать медиапродукт Уметь: осуществлять реализацию медиапродукта
		5. Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания.	Знать: технологию продвижения публикаций СМИ Уметь: осуществлять организацию продвижения медиапродукта
УК-9	Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.	Знать: базовые основы экономики, теоретические положения и ключевые концепции всех разделов микроэкономики и макроэкономики, направления развития экономической науки, основные закономерности функционирования современной экономики, основные научные законы для формирования мировоззренческой позиции и в профессиональной деятельности Уметь: использовать методы теоретического анализа экономики на различных этапах её развития; анализировать дискуссионные моменты применения инструментов экономической политики
		2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным	Знать: современные методы сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных из различных источников экономической, социальной, управленческой информации для планирования

		бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.	текущих и долгосрочных финансовых целей Уметь: сформулировать задачу и прогнозировать ситуацию в зависимости от принятия того или иного решения, применять финансовые инструменты для управления личными финансами в условиях риска и асимметрии информации
--	--	---	---

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиаэкономика» является дисциплиной общекафедрального (предпрофильного) цикла части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.03.02 Журналистика, профиль «Журналистика и медиатехнологии», очная форма обучения.

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 1 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	3 з.е./108 ч.	108
Контактная работа – Аудиторные занятия	34	34
<i>Лекции</i>	<i>16</i>	<i>16</i>
<i>Семинары, практические занятия</i>	<i>18</i>	<i>18</i>
Самостоятельная работа	74	74
Вид текущего контроля	Контр. раб.	Контр. раб.
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Журналистика и экономический фактор. Информационный рынок

Основы современной экономики.

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.

Тема 2. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке

Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции. Экономические предпосылки. Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса. Понятие финансового капитала. Финансовый капитал на информационном рынке.

Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга

Понятие маркетинга. Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности, цели, задачи, направления. Рынок периодических изданий. Его сегментация, позиционирование. Информационная ниша и ее выбор. Исследование рынка покупателей. Конкуренция и конкурентные ситуации. Методы маркетинга, его редакционная служба. Имидж периодического издания. Реклама в периодическом издании. Рекламная политика редакции.

Тема 4. Финансовая политика редакции и компании. Бюджет редакции периодического издания

Финансовая политика редакции и компании. Финансовая база издания. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства. Бюджет редакции печатного периодического издания. Бюджет и баланс редакции, их структура. Расходная и доходная части бюджета. Тиражная политика редакции.

Ценовая политика редакции, ее направления. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования.

Тема 5. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства. Бизнес-план редакции

Понятие бюджета. Специфика бюджета телерадиокомпании и информационного агентства. Понятие бизнес-плана. Бизнес-план редакции.

Тема 6. Основы редакционного менеджмента

Основы редакционного менеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности. Производственный и финансовый менеджмент. Службы редакционного менеджмента. Менеджмент и редакция: ее величина и структура. Кадровая политика редакции. Организационные принципы редакционной деятельности. Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом.

Менеджмент и этика. Этические нормы взаимоотношений менеджера с руководителями и сотрудниками редакции. Воспитание у сотрудников редакции экономического мышления.

Тема 7. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе

Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе. Трудовой договор: срочный и бессрочный.

Тема 8. Распространение периодического издания. Рынок распространителей

Распространение периодического издания. Рынок распространителей. Стратегия и тактика распространения: по подписке, в розницу, бесплатное распространение. Методы распространения и реализации тиража. Редакционная служба распространения.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Всего	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лекции	Семи- нары и практи- ческие занятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Тема 1. Журнали- стика и экономи- ческий фактор. Информацион- ный рынок	13	4	2	2	1	9	Опрос, доклад
2	Тема 2. Правовые и экономические формы организа- ции информаци- онного бизнеса. Финансовый ка- питал на инфор- мационном рынке	13	4	2	2	1	9	Опрос, доклад
3	Тема 3. Основы редакционно-из- дательского мар- кетинга	13	4	2	2	1	9	Опрос, решение ситуаци- онных задач
4	Тема 4. Финансо- вая политика ре- дакции и компа- нии. Бюджет ре- дакции периоди- ческого издания	15	6	2	4	2	9	Опрос, решение задач
5	Тема 5. Бюджет телерадиокомпа- нии и информа- ционного агентства. Биз- нес-план редак- ции	14	4	2	2	1	10	Опрос, решение ситуаци- онных за- дач
6	Тема 6. Основы редакционного менеджмента	14	4	2	2	1	10	Опрос, решение ситуаци- онных за- дач

7	Тема 7. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе	13	4	2	2	1	9	Опрос, решение ситуационных задач
8	Тема 8. Распространение периодического издания. Рынок распространителей	13	4	2	2	1	9	Опрос, решение ситуационных задач
	В целом по дисциплине	108	34	16	18	9	74	Согласно учебному плану: контр. работа
	Итого в %		100			26,5		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семинаров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1. Журналистика и экономический фактор. Информационный рынок	Информационный рынок. Массовая информация как товар. Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, доклад
Тема 2. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке	Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием. Права на товарный знак. Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, доклад
Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	Имидж периодического издания. Конкуренция и конкурентные ситуации. Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, решение ситуационных задач
Тема 4. Финансовая политика редакции и компании. Бюджет редакции периодического издания	Анализ общеэкономической характеристики конкретного СМИ: бренд основного издания; год создания; позиционирование (концепция, читательский адрес, география и т.д.); организационно-правовая форма; владелец; учредитель и издатель; топ-менеджмент; структура организации; спецпроекты; ведущие журналисты (программы) Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, решение задач

Тема 5. Бюджет теле-радиокомпании и информационного агентства. Бизнес-план редакции	Разработка концепции и основных позиций бюджета периодического печатного издания, телерадиокомпании, информационного агентства (государственного, частного, массового, тематического) Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, решение ситуационных задач
Тема 6. Основы редакционного менеджмента	Уровни менеджмента в редакции. Экономические методы управления коллективом. Воспитание у сотрудников редакции экономического мышления. Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, решение ситуационных задач
Тема 7. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе	Особенности срочного и бессрочного трудового договора. Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, решение ситуационных задач
Тема 8. Распространение периодического издания. Рынок распространителей	Методы распространения и реализации тиража. Редакционная служба распространения. Рекомендуемые источники: раздел 8, раздел 9	Опрос, решение ситуационных задач

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- подготовка к решению и проверке заданий;
- подготовка контрольной работы;
- подготовка к экзамену.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
--	--	--

Тема 1. Журналистика и экономический фактор. Информационный рынок	Изучение сайтов конкретных СМИ. Знакомство с процессами глобализации в современном информационном обществе. Овладение навыками системного и проблемного анализа. Анализ современных механизмов взаимодействия общества и власти, журналистики и власти.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 2. Правовые и экономические формы организации информационного бизнеса. Финансовый капитал на информационном рынке	Анализ современных механизмов взаимодействия общества и власти, журналистики и власти.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 3. Основы редакционно-издательского маркетинга	Овладение навыками системного и проблемного анализа. Знакомство с основными стратегиями продвижения медиапродукта	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 4. Финансовая политика редакции и компании. Бюджет редакции периодического издания	На основе изучения учебной литературы и материалов лекций составление характеристики конкретного СМИ. Овладение способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы Составление бизнес-плана медиаресурса	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 5. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства. Бизнес-план редакции	Специфика бюджета телерадиокомпании и информационного агентства. Структура и показатели бизнес-плана редакции	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 6. Основы редакционного менеджмента	На основе изучения учебной литературы и материалов лекций освоение базовых принципов формирования организационной структуры редакционного комплекса, функций сотрудников различного должностного уровня и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 7. Экономические основы труда журналиста. Трудовые отношения в редакционном коллективе	Анализ современных механизмов взаимодействия общества и власти, журналистики и власти. Закрепление базовых принципов формирования организационной структуры редакционного комплекса, функций сотрудников различного должностного уровня	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Выполнение контрольной работы.
Тема 8. Распространение периодического издания. Рынок распространителей	На основе изучения учебной литературы и сайтов конкретных СМИ освоение технологий продвижения СМИ на рынке	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям. Написание реферата.

6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

Примерная тематика контрольной работы

1. Государство и медиарынок: особенности взаимодействия и влияние на общество.
2. Медиаэкономика и глобальные тенденции современной российской и мировой экономики и социальной жизни.
3. Типы потребностей, изучаемых в медиаэкономике.
4. Какие экономические блага взаимозаменяемые и взаимодополняемые в сфере СМИ?
5. Рынок: структура, субъекты, сущностное взаимодействие субъектов и эффекты.
6. Основные рынки СМИ. Сдвоенный рынок товаров и услуг.
7. Понятие двойного продукта СМИ?
8. Каковы рыночные характеристики печатных СМИ?
9. Особенности газетной индустрии.
10. Каковы рыночные характеристики вещательных СМИ?
11. Чем платит зритель за бесплатное телевидение?
12. Чем платит слушатель за бесплатное радио?
13. Какие средства массовой информации относятся к СМИ индивидуального потребления? Что это значит?
14. Какие средства массовой информации относятся к СМИ коллективного потребления? Что это значит?
15. Заменяемые СМИ. Основные типы рыночных структур в СМИ.
16. Монополия на рынке СМИ – сущность, формы, проявления, долгосрочное воздействие на среду.
17. Виды конкуренции на рынке СМИ.
18. Локальные и региональные СМИ на современном рынке.
19. Становление бренда издания на локальном рынке.
20. Развитие сайта издания. Мультимедийные практики журналистов газет.
21. Продвижение издания в социальных сетях. Опыт и перспективы.
22. Проблема прокрастинации в журналистике. Вызовы и пути решения.
23. Роль личности в формировании успеха издания и становления журналиста.
24. Рынок идей как основной драйвер для развития СМИ в мультимедийную эпоху.
25. Организация рынка СМИ. Модели организации медиарынка.
26. Мировые тенденции медиапроизводства. Процессы монополизации медиарынка.
27. Структурные изменения СМИ в РФ и мире. Смена форм финансирования в СМИ.

28. Связь рекламы и рейтингов. Рекламный рынок в РФ, политика и позиционирование.

29. Специфика изменения телеаудитории (рейтинги) для национальных, региональных и местных каналов.

30. Прибыль и прибыльность разных отраслей СМИ.

31. Оценка аудитории отраслевых СМИ. Статистика и практика.

32. Распространение печатных СМИ. Ценообразование на рынке.

33. Экономические особенности печатных СМИ.

34. Экономика телевидения.

35. Экономические особенности радиоиндустрии.

36. Экономика кабельной индустрии.

37. Экономика мультимедийных СМИ.

38. Экономика онлайн-СМИ.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (выполнение контрольной работы, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам экзамена) и в соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Экзамен	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Доклад, презентация – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Решение расчетных задач – 1 балл
Активность при проведении внеаудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Выполнение контрольной работы – 10 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- обсуждения законодательных, правовых и нормативных актов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупреч-

ном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче экзамена

1. Журналистика и экономический фактор. Его роль в возникновении и развитии журналистики и СМИ.
2. Массовая информация как товар на информационном рынке.
3. Информационный рынок. Закономерности его формирования и развития. Его аспекты и структура.
4. Правовые формы организации информационного бизнеса. Правовые предпосылки. Отношения учредителя, владельца, издателя, распространителя и редакции.
5. Экономические предпосылки организации информационного бизнеса. Проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием.
6. Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.
7. Финансовый капитал на информационном рынке.
8. Основы редакционно-издательского маркетинга. Его особенности,

цели, задачи, направления.

9. Изучение рынка периодических изданий. Его сегментация, позиционирование, выбор информационной ниши.

10. Исследование рынка покупателей.

11. Конкуренция и конкурентные ситуации.

12. Методы маркетинга, его редакционная служба.

13. Финансовая политика редакции и компании.

14. Финансовая база издания. Дотация, спонсирование. Основной фонд, оборотный фонд.

15. Уставной фонд редакции. Основные и оборотные средства в составе финансов СМИ.

16. Бюджет и баланс редакции периодического издания. Их структура.

17. Расходная и доходная части бюджета.

18. Тиражная политика редакции.

19. Реклама в периодическом издании.

20. Рекламная политика редакции.

21. Ценовая политика редакции, ее направления.

22. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Возможности ее использования.

23. Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.

24. Бизнес-план редакции, телерадиокомпании и информационного агентства как продолжение их бюджета.

25. Основы медиаменеджмента. Экономические принципы редакционной деятельности.

26. Службы медиаменеджмента. Производственный и финансовый менеджмент.

27. Менеджмент и редакция: ее величина и состав.

28. Кадровая политика редакции.

29. Менеджмент и структура редакционного коллектива.

30. Организационные принципы редакционной деятельности.

31. Менеджмент и управление редакционным коллективом.

32. Уровни менеджмента в редакции.

33. Экономические методы управления коллективом.

34. Менеджмент и организация редакционной деятельности.

35. Экономические основы труда журналиста.

36. Трудовые отношения в редакционном коллективе.

37. Менеджмент и периодическое издание: обратная связь с аудиторией.

38. Имидж и бренд периодического издания, его название как фирменное имя, торговая марка.

39. Дизайн издания.

40. Распространение периодического издания.

41. Рынок распространителей периодики.

42. Стратегия и тактика распространения периодики.

43. Методы распространения и реализации тиража.
44. Редакционная служба распространения.
45. Менеджмент и этика.
46. Менеджмент и закон.

Примеры практико-ориентированных заданий

1. Вы – организатор Международной выставки сельхозпродукции как PR-технологии для российских производителей. В последний день перед ее открытием выясняется, что полиграфическая продукция для раздачи на выставке в типографии не готова, и придется открывать выставку без раздаточных информационных материалов для журналистов. Ваши управленческие решения (необходимо проявить креативность и использовать пиар-технологии при работе с журналистами).

2. Для организации собственного издательского бизнеса предприниматель израсходовал 40 тыс. ден. ед. на закупку оборудования, которое окупится за 5 лет, арендовал помещение за 5 тыс. ден. ед. ежегодной оплаты. Кроме того, ему надо ежегодно 20 тыс. ден. ед. тратить на закупку материалов и 12 тыс. ден. ед. - на зарплату рабочих.

Рассчитайте предполагаемую экономическую и бухгалтерскую прибыль, если свой предпринимательский талант бизнесмен оценивает в 5 тыс. ден. ед., а ранее получал годовой оклад 3 тыс. ден. ед. Учтите, что банки выплачивают по срочным вкладам 20 % годовых. Валовой доход от бизнеса равен 72 тыс. ден. ед.

Пример экзаменационного билета.

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования**

**«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Экономика и финансы»

Дисциплина «Медиаэкономика»

Филиал Ярославский

Форма обучения Очная

Семестр 1 Направление 42.03.02 «Журналистика»

Профиль «Журналистика и медиатехнологии»

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Организационно-правовые формы в сфере информационного бизнеса.	15 баллов
2	Менеджмент и периодическое издание: обратная связь с аудиторией.	15 баллов
3	Вы – организатор Международной выставки сельхозпродукции	30 баллов

	как PR-технологии для российских производителей. В последний день перед ее открытием выясняется, что полиграфическая продукция для раздачи на выставке в типографии не готова, и придется открывать выставку без раздаточных информационных материалов для журналистов. Ваши управленческие решения (необходимо проявить креативность и использовать пиар-технологии при работе с журналистами).	
--	--	--

Подготовил

(подпись и ФИО преподавателя)

Утверждаю:

Заведующий кафедрой
«Экономика и финансы»

Сироткин С.А.

Дата _____ 20__ г.

Примеры оценочных средств для проверки каждой компетенции, формируемой дисциплиной могут быть представлены в таблице

Таблица 7 - Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
ОПК-5 - Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	1. Знает совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Раскройте современные экономические предпосылки организации информационного бизнеса и в России, и за рубежом. В чем проявляются проблемы собственности, владения информационным предприятием и его названием? 2. Осуществляет свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Раскройте содержание функций служб медиаменеджмента. Как реализуется производственный и финансовый менеджмент в медиасфере?
УК-1 - Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач	1. Четко описывает состав и структуру требуемых данных и информации, грамотно реализует процессы их сбора, обработки и интерпретации. В чем проявляются особенности информационного рынка и закономерности его формирования и развития? Охарактеризуйте структуру информационного рынка. 2. Обосновывает сущность происходящего, выявляет закономерности, понимает природу вариабельности. Какие факторы влияют на распространение периодического издания? 3. Формулирует признак классификации, выделяет соответствующие ему группы однородных «объектов», идентифицирует об-

	шие свойства элементов этих групп, оценивает полноту результатов классификации, показывает прикладное назначение классификационных групп. Дайте характеристику организационным принципам редакционной деятельности. 4. Грамотно, логично, аргументировано формирует собственные суждения и оценки. Отличает факты от мнений, интерпретаций, оценок и т.д. в рассуждениях других участников деятельности. Что такое имидж и бренд периодического издания? Раскройте содержание названия периодического издания как фирменного имени, торговой марки. 5. Аргументированно и логично представляет свою точку зрения посредством и на основе системного описания. Какие экономические методы могут использоваться для управления коллективом?
УК-9 Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	1. Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике. Задание 1 Обоснуйте необходимость повышения акцизов на табачные и алкогольные изделия в России. Дайте определение понятию «внешний эффект», поясните, почему они не отражаются в рыночных ценах. Приведите примеры положительных и отрицательных внешних эффектов, основываясь на личном опыте. 2. Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски. Задание 1 Какую сумму необходимо внести на депозит сегодня, если при ставке процента 5% годовых с ежегодной капитализацией, с внесением в начале второго и третьего годов дополнительных взносов по 150 тыс. рублей, если через три года Вы планируете накопить 1 млн. рублей? Задание 2 Рискофоб, имеющий богатство W, согласился на участие в рисковом проекте. Верно ли, что нейтральный к риску агент, имеющий также богатство W, тоже согласится на участие в этом проекте? Если - да, докажите и обоснуйте, если нет - приведите пример.

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по

ссылке: https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz-2187_o-ot-01.10.2024.pdf

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Нормативно-правовые документы

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите потребителей от недобросовестной рекламы».
6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).
7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).
8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.
9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

Основная литература

1. Универсальная журналистика : учебник для вузов / под ред. Л.П. Шестеркиной. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 480 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1039140>
2. Яковлев, Г.А. Коммерция в средствах массовой информации : учебное пособие / Г.А. Яковлев. — Москва: ИНФРА-М, 2021. — 143 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1222614>

Дополнительная литература

3. Зубок, А.С. Телевизионная индустрия США : учебное пособие / А.С. Зубок. — Москва: Вузовский учебник: ИНФРА-М, 2019. — 256 с. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1015084>
4. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — Москва: Юнити, 2015. — 383 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>
5. Коханова, Л.А. Основы теории журналистики : учебное пособие / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. — Москва: Юнити, 2015. — 535 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692>

6. Маркина, Ю.В. Зарубежные СМИ сегодня: крупнейшие корпорации и монополистические объединения : учебное пособие / Ю.В. Маркина, В.В. Хорольский. — Москва: ИНФРА-М, 2020. — 263 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/978375>

7. Музыкант, В.Л. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / В.Л. Музыкант. - Москва: РИОР: Инфра-М, 2019. - 216 с. - Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1007953>

8. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс]: учебник для студентов вузов / Е.Л. Вартанова [и др.]. — М.: Аспект Пресс, 2014. — 400 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Материалы по социально-экономическому положению и развитию в России. – Режим доступа: <http://www.finansy.ru>

2. Галерея экономистов. - Режим доступа: <http://www.ise.openlab.spb.ru/cgi-ise/gallery>

3. Официальный сайт Центрального банка России (аналитические материалы) - Режим доступа: <http://www.cbr.ru>

4. Мониторинг экономических показателей. - Режим доступа: <http://www.budgetrf.ru>

5. Официальный сайт Правительства Российской Федерации. - Режим доступа: www.government.ru

6. Официальный сайт министерства экономического развития Российской Федерации. - Режим доступа: <http://www.economy.gov.ru>

7. Официальный сайт Министерства финансов Российской Федерации. - Режим доступа: <http://www.minfin.ru>

8. Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики Российской Федерации. - Режим доступа: <http://www.gks.ru>

9. Официальный сайт Центра макроэкономического анализа и краткосрочного прогнозирования. - Режим доступа: <http://www.forecast.ru>

10. Библиотека Либертариума (Moscow Libertarian Library (Russian)). - Режим доступа: <http://libertarium.ru/library>

11. Научная электронная библиотека. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>

12. Национальная электронная библиотека. Аналитические материалы. - Режим доступа: <http://www.nel.ru/analytdoc/svodka.html>

13. Научная электронная библиотека «Киберленинка». - Режим доступа: <https://cyberleninka.ru/>

14. Институциональная экономика. - Режим доступа: <http://ie.boom.ru/1/index.htm>

15. Журнал "Вопросы экономики". - Режим доступа: <http://infomag.mipt.rssi.ru/>

16. Журнал "Экономика и математические методы". - Режим доступа: <http://www.cemi.rssi.ru/emm/home.htm>

17. Журнал "Проблемы теории и практики управления". - Режим доступа: <http://www.ptpu.ru>
18. Economic Journal on the Web. - Режим доступа: <http://www.oswego.edu/~economic/journals.htm>
19. Институт экономических проблем переходного периода. - Режим доступа: <http://www.iet.ru>
20. Центральный экономико-математический институт. - Режим доступа: <http://www.cemi.rssi.ru>
21. Рабочий центр экономических реформ при Правительстве Российской Федерации. - Режим доступа: <http://wcer.park.ru>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Кириллова А.И. Методические рекомендации по выполнению контрольной работы по дисциплине «Медиа-экономика» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.02 «Журналистика».	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAHR
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансовом университете»		https://www.fa.ru/upload/iblock/dc2/a5qpi6qb0k0l6jz01c4g9y1cv5x35ey3/Prikaz-1040_o-ot-11.05.2021.PDF

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
------	--	-----------------------------

1	Правовая база данных «Консультант-Плюс»	Темы 1-8
2	Информационная система Thomson Reuters	Темы 1-8

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);
- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.