

Приложение 7 ОП ВО

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г.
№12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.3.1. Бизнес-планирование в медиа

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Медиаменеджмент"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

Магистр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2016 г.

Автор составитель:

Кандидат культурологии

О.В. Мороз

Преподаватель

А.В. Гискин

Заведующий кафедрой
политических и общественных
наук, профессор, PhD
(наименование кафедры)

(ученая степень и(или) ученое звание)

С. Потолликио
(подпись) *(Ф.И.О.)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 6.1. Основная литература
 - 6.2. Дополнительная литература
 - 6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы
 - 6.4. Нормативные правовые документы
 - 6.5. Интернет-ресурсы
 - 6.6. Иные источники
7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.3.1. Бизнес-планирование в медиаобеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации	2 этап: ПК – 8.2	способность обеспечивать реализацию корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	3 этап: ПК – 11.3	способность оценивать конкурентную среду предприятия в профессиональной деятельности

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

ОТФ/ТФ ¹ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.	2 этап: ПК – 8.2	на уровне знаний: - основные характеристики и специфические отличия методов сбора информации; принципы отбора и упорядочения собранных материалов путем их систематизации; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; - теоретические основы оценки затрат и результатов работы фирмы;
		на уровне умений: - задавать параметры наблюдения, опроса и анкетирования; четко определять проблему, формировать цели и задачи

¹ Для образовательных программ, реализуемых по ФГОС, и для универсальных компетенций первая колонка может не заполняться

		<p>маркетингового эксперимента, его объект и предмет;</p> <ul style="list-style-type: none"> - планировать финансовые потоки, рассчитывать затраты и составлять смету расходов на осуществление коммуникационной кампании и мероприятий; <p>на уровне навыков: - средствами, формами и технологиями аналитического исследования и статистической обработки данных; навыками оценки информации и подготовки принятия решений по законам диалектики, формальной логики, с применением общенаучных методов исследования;</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками составления бюджета коммуникационной кампании и соотнесения его с финансовыми возможностями организации;
<p>контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.</p>	<p>3 этап: ПК – 11.3</p>	<p>на уровне знаний:</p> <ul style="list-style-type: none"> - основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; - основы теории инноваций и инновационной деятельности; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и СО в настоящее время; основы планирования и проектирования инновационной деятельности в сфере рекламы и СО; - методы разработки стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности, заданий на их разработку; программные средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; <p>на уровне умений: - проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере;</p> <ul style="list-style-type: none"> - писать аналитические справки, обзоры и прогнозы на профессиональные темы. - разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов; <p>на уровне навыков: - навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в</p>

		социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками применения теоретических положений теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО; - навыками планирования и разработки исследовательских и проектных работ, стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности;
--	--	---

1. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 аст.ч, в том числе 28 ак.ч./21 аст.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий (из них 16 в интерактивной форме) и 44 ак.ч./33 аст.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана образовательной программы «Медиаменеджмент»

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ДВ.3.1. Бизнес-планирование в медиа, 2 курсе, 3 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Тема 1. Основы современной методологии бизнес-планирования.	10			4		6	Опрос по теме
Тема 2	Функции и задачи бизнес-планирования.	10			4		6	Работа с литературой по теме лекции. Подготовка доклада по теме семинарского занятия
Тема 3	Бизнес-план как элемент внутрифирменного планирования.	10			4		6	Опрос по теме

Тема 4	Назначение и содержание разделов бизнес-плана.	10			4		6	Выступлени е на семинаре по одной из рассматрива емых концепций
Тема 5	Организация процесса бизнес-планирования и расчет основных показателей.	10			4		6	Опрос по теме
Тема 6	Определение возможности реализации и рисков бизнес-плана.	10			4		6	Подготовка выступлени я на семинаре с кейсом.
Тема 7.	Методы оценки эффективности бизнес-плана.	6			2		4	Опрос по теме
Тема 8.	Экономические основы медиапланирования.	6			2		4	
	Промежуточная аттестация	0	0		0		0	Зачет с оценкой
	Всего:	72			28		44	

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости: опрос(О), дискуссия(Д), домашнее задание (ДЗ), контрольная работа (КР), ролевая игра (РИ), форма промежуточной аттестации: экзамен (зачет с оценкой).

Содержание дисциплины

Тема 1. Основы современной методологии бизнес-планирования.

Планирование как способ организации экономики. Место и роль планирования в современной рыночной экономике. Два аспекта планирования: общеэкономический и управленческий. Необходимость и возможность и планирования в организации. Бизнес как объект планирования. Сравнительный анализ традиционной системы планирования и бизнес- планирования. Проблемы применения бизнес-планирования в России.

Тема 2. Функции и задачи бизнес-планирования.

Типичные недостатки (ошибки) при разработке бизнес-планов. Основные объекты бизнес-планирования. Понятие бизнес-проекта. Классификация и особенности различных типов бизнес-проектов. Поиск и выбор источников финансирования бизнес-проекта. Цель и задачи бизнес-планирования. Основные функции бизнес-планирования.

Тема 3. Бизнес-план как элемент внутрифирменного планирования.

Основные виды бизнес-планов. Основные этапы бизнес-планирования. Рекомендации по оформлению бизнес-плана. Структура типичного бизнес-плана. Задачи и содержание резюме бизнес-плана. Техничко-экономические исследования при составлении и обосновании бизнес-плана предприятия

Тема 4. Назначение и содержание разделов бизнес-плана.

Задачи и содержание раздела «Характеристика отрасли, фирмы и предлагаемых товаров (услуг)» бизнес-плана. Основные характеристики отрасли для целей бизнес-планирования. Основные характеристики продукции (услуг) для целей бизнес-планирования. Задачи и содержание раздела «Маркетинговый план» бизнес-плана.

Стратегия и план маркетинга. Сегментация и емкость рынка.

Тема 5. Организация процесса бизнес-планирования и расчет основных показателей.

Задачи и содержание раздела «Организационный план» бизнес-плана. Задачи и содержание раздела «Производственный план» бизнес-плана. Производственная мощность: анализ основных показателей. Расчет потребности в сырье и материалах. Задачи и содержание раздела «Финансовый план» бизнес-плана. Финансовый анализ: расчет основных показателей.

Тема 6. Определение возможности реализации и рисков бизнес-плана.

Финансовый анализ: расчет основных показателей. Задачи и содержание раздела «Оценка рисков и страхование» бизнес-плана. Методы оценки рисков в бизнес-планировании. Способы снижения негативных последствий рисков. Методика анализа бизнес-плана. Операционный анализ в бизнес-планировании: роль и возможности. Расчет порога рентабельности и зоны безопасности (финансовой устойчивости).

Тема 7. Методы оценки эффективности бизнес-плана.

Определение оптимального объема выпуска, учет операционного рычага. Основы анализа эффективности бизнес-проектов: понятие эффективности, основные показатели. Учет фактора времени при оценке эффективности инвестиций в бизнес-проект. Учет факторов инфляции, риска и ликвидности при оценке инвестиций в бизнес-проект. Методы оценки эффективности инвестиций и обоснование их экономической целесообразности. Рынок товаров и услуг. Виды цен.

Тема 8. Экономические основы медиапланирования.

Ценообразование, тарифы и скидки на размещение рекламных материалов. Понятие медиабайинга и медиаселлинга. Подходы к ценообразованию телевизионного и радиоэфира: продажа по минутным прайс-листам; продажа по рейтингам, продажа по специальным рекламным блокам. Расчет прогнозного рейтинга телеканала. Системы наценок и скидок. Ценообразование на особые формы рекламы. Особенности ценообразования в прессе. Ценовые параметры медиапланирования, понятие сравнительной стоимости. Выбор информационного канала на основе сравнения тарифов с учетом рекламного бюджета. Расчет бюджета медиапланирования: основные модели. Проблема приобретения места для размещения рекламы. Использование показателя Impressions. Расчет стоимости воздействия на тысячу человек. Стоимость пункта рейтинга. Индекс. Прогнозирование продаж и прибыли, полученных от рекламы. Вычисление объема платежей. Возврат и рентабельность инвестиций. Оптимизация размещения рекламы. Критерии эффективности. Общие методы и алгоритмы оптимизации. Расчет эффективности рекламы. Стоимость рекламы в прессе. Особенности продажи рекламной площади в разных видах СМИ. Рыночные принципы формирования расценок на рекламу. Базовые расценки рекламы в ведущих российских печатных СМИ. Стоимость рекламной полосы в газетах и журналах. Стоимость пункта рейтинга. Стоимость рекламы на ТВ. Принцип формирования рыночных цен на ТВ рекламу. Два подхода к оплате рекламы на ТВ: оплата времени трансляции; оплата рейтингов. Стоимость времени трансляции видеороликов: в программе, в межпрограммном пространстве, в прайм-тайм, в другое время. Стоимость рейтингов: продажа не времени, а телеаудитории. Два вида продажи рейтингов: фиксированное размещение, «плавающее» размещение. Скидки, надбавки, комиссионные в телерекламе. Стоимость рекламы на радио. Принцип формирования рыночных цен на радиорекламу. Стоимость времени трансляции радиорекламы: в прайм-тайм, в другое время. Скидки, надбавки, комиссионные.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной

аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Бизнес-планирование в медиа» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: *нет*
- при проведении занятий семинарского типа: *опрос, выступления студентов с докладами*
- при самостоятельной работе: *домашнее задание (ДЗ), подготовка докладов*

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств) – в форме устного ответа на вопрос

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Вопросы для опроса:

1. Планирование как способ организации экономики.
2. Место и роль планирования в современной рыночной экономике. Два аспекта планирования: общеэкономический и управленческий.
3. Необходимость и возможность планирования в организации.
4. Бизнес как объект планирования.
5. Сравнительный анализ традиционной системы планирования и бизнес-планирования.
6. Проблемы применения бизнес-планирования в России.
7. Типичные недостатки (ошибки) при разработке бизнес-планов.
8. Основные объекты бизнес-планирования. Понятие бизнес-проекта.
9. Классификация и особенности различных типов бизнес-проектов.
10. Поиск и выбор источников финансирования бизнес-проекта.
11. Цель и задачи бизнес-планирования.
12. Основные функции бизнес-планирования.
13. Основные виды бизнес-планов.
14. Основные этапы бизнес-планирования.
15. Рекомендации по оформлению бизнес-плана.
16. Структура типичного бизнес-плана.
17. Задачи и содержание резюме бизнес-плана.
18. Техничко-экономические исследования при составлении и обосновании бизнес-плана предприятия.
19. Задачи и содержание раздела «Характеристика отрасли, фирмы и предлагаемых товаров (услуг)» бизнес-плана.
20. Основные характеристики отрасли для целей бизнес-планирования.
21. Основные характеристики продукции (услуг) для целей бизнес-планирования.
22. Задачи и содержание раздела «Маркетинговый план» бизнес-плана.
23. Стратегия и план маркетинга.
24. Сегментация и емкость рынка.
25. Задачи и содержание раздела «Организационный план» бизнес-плана.
26. Задачи и содержание раздела «Производственный план» бизнес-плана.
27. Производственная мощность: анализ основных показателей.
28. Расчет потребности в сырье и материалах.
29. Задачи и содержание раздела «Финансовый план» бизнес-плана.
30. Финансовый анализ: расчет основных показателей.
31. Задачи и содержание раздела «Оценка рисков и страхование» бизнес-плана.
32. Методы оценки рисков в бизнес-планировании.
33. Способы снижения негативных последствий рисков.
34. Методика анализа бизнес-плана.

35. Операционный анализ в бизнес-планировании: роль и возможности.
36. Расчет порога рентабельности и зоны безопасности (финансовой устойчивости).
37. Определение оптимального объема выпуска, учет операционного рычага.
38. Основы анализа эффективности бизнес-проектов: понятие эффективности, основные показатели.
39. Учет фактора времени при оценке эффективности инвестиций в бизнес-проект.
40. Учет факторов инфляции, риска и ликвидности при оценке инвестиций в бизнес-проект.
41. Методы оценки эффективности инвестиций и обоснование их экономической целесообразности.
42. Рынок товаров и услуг.
43. Виды цен.
44. Общие понятия финансовой эффективности.
45. Требования к показателям эффективности инвестиционных проектов.
46. Коммерческая эффективность.
47. Бюджетная эффективность.
48. Экономическая эффективность.
49. Источники инвестиций.
50. Разработка инвестиционной стратегии.
51. Методы формирования рекламного бюджета.
52. Оценка рекламной деятельности конкурентов.
53. Показатель «сумма рейтингов».
54. Методы определения рекламного бюджета.
55. Показатель «индекс соответствия», его значение и практическое применение.
57. Выбор рекламных носителей.
58. Оптимизация медиаплана.
59. Виды охватов при рекламе новых товаров.
60. Виды охватов при рекламе существующих охватов.
61. Понятие медиастратегии.
62. Современные прикладные программные продукты для медиапланирования.

Практические домашние задания:

1. Проведение отбора, анализа и возможности реализации предпринимательских идей.
2. Анализ основных функций и принципов бизнес-плана.
3. Изучение основных разновидностей бизнес-плана, их содержания и особенностей.
4. Анализ требований, предъявляемых при разработке бизнес-плана.
5. Анализ основных стадий бизнес-планирования. Определение бизнес-идеи.
6. Составление бюджета бизнес-плана проекта.
7. Создание бизнес-плана по заданной структуре.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
-----------------	--------------------------	--------------------------------	---

ПК-8	способностью оценивать затраты и результаты деятельности организации	2 этап: ПК – 8.2	способность обеспечивать реализацию корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	3 этап: ПК – 11.3	способность оценивать конкурентную среду предприятия в профессиональной деятельности
Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>	
2 этап: ПК – 8.2	<p>Применяет математические, статистические и количественные методы решения организационно-управленческих задач в профессиональной деятельности</p> <p>Анализирует показатели экономической и социальной эффективности корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений</p> <p>Применяет основные методы и принципы делегирования полномочий и ответственности в трудовом коллективе</p> <p>Принимает решения по управлению конфликтами в организации в профессиональной деятельности</p> <p>Принимает участие в подготовке оптимальных управленческих решений стратегического характера в условиях постоянно меняющейся внешней среды в сфере профессиональной деятельности</p>	<p>Корректно применяет математические, статистические и количественные методы решения организационно-управленческих задач в профессиональной деятельности</p> <p>Грамотно проводит анализ показателей экономической и социальной эффективности корпоративной стратегии, программы организационного развития и изменений</p> <p>Самостоятельно выбирает и использует методы и принципы делегирования полномочий и ответственности в трудовом коллективе</p> <p>Самостоятельно принимает конструктивные решения по управлению конфликтами в организации в профессиональной деятельности</p> <p>Принимает активное и конструктивное участие в подготовке оптимальных управленческих решений стратегического характера в условиях постоянно меняющейся внешней среды в сфере профессиональной деятельности</p>	

3 этап: ПК – 11.3	<p>Осуществляет анализ внешней и внутренней среды системы</p> <p>Умеет работать в команде и организовывать командную работу в стратегическом проекте</p> <p>Формирует систему стратегических альтернатив и организационной поддержки, позволяющих достигать стоящих перед организацией целей в условиях турбулентных изменений</p> <p>Анализирует и обосновывает варианты стратегий достижения конкурентных преимуществ предприятия в профессиональной деятельности</p> <p>Проводит стратегический стоимостной анализ предприятия</p> <p>Использует нормативно-правовые акты при оценке конкурентной среды предприятия в профессиональной деятельности и разработке корпоративной стратегии</p>	<p>Самостоятельно и грамотно осуществляет анализ внешней и внутренней среды системы</p> <p>Уверенно и свободно работает в команде и самостоятельно организовывает командную работу в стратегическом проекте</p> <p>Готов к формированию системы стратегических альтернатив и организационной поддержки, позволяющих достигать стоящих перед организацией целей в условиях турбулентных изменений</p> <p>Грамотно анализирует и обосновывает варианты стратегий достижения конкурентных преимуществ предприятия в профессиональной деятельности</p> <p>Корректно проводит стратегический стоимостной анализ предприятия</p> <p>Обоснованно применяет нормативно-правовые акты при оценке конкурентной среды предприятия в профессиональной деятельности и разработке корпоративной стратегии</p>
-------------------	---	---

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме устного ответа на вопрос

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы для промежуточной аттестации.

1. Назначение и функции бизнес-плана.
2. Структура бизнес-плана.
3. Последовательность разработки бизнес-плана.
4. Выработка идеи проекта.
5. Процесс создания и продвижения проекта.
6. Источники формирования идеи проекта.
7. Методы выработки идеи проекта.
8. Основные характеристики этапов жизненного цикла новых товаров и ответные реакции производителей.
9. Анализ внешней и внутренней среды проекта.
10. Анализ производственных возможностей фирмы в реализации идеи проекта.
11. Оценка конкурентоспособности.
12. Условно-постоянные и условно-переменные затраты.
13. Оценка стоимости проекта (инвестиций).
14. Источники финансирования.
15. Оценка рынка сбыта.
16. Сегментация рынка по группам потребителей. Критерии сегментации.
17. Сегментация рынка по группам товаров. Метод составления функциональных карт (метод двойной сегментации).
18. Оценка конкурентоспособности.
19. Политика ценообразования. Типы ценовой политики.

20. Система товаропродвижения и сбыта. Система стимулирования продаж.
21. Планирование бюджета маркетинга.
22. План производства.
23. Планирование себестоимости единицы продукции.
24. Разработка организационного плана.
25. Финансовый план.
26. Точка самоокупаемости проекта.
27. План денежных поступлений и выплат.
28. Основные показатели экономической эффективности проекта.
29. Финансовый профиль проекта.
30. Понятие и виды предпринимательского риска.
31. Оценка предпринимательского риска.
32. Метод снижения риска.
33. Зоны риска.
34. Оценка эффективности проекта в условиях неопределенности.
35. Квантификация целей организации.
36. Стратегии фирмы.
37. Теоретические подходы к изучению экономики средств массовой информации.
38. Экономическая эффективность функционирования редакции.
39. Структура рынка СМИ.
40. Виды доходов средства массовой информации.
41. Виды расходов средств массовой информации.
42. Географический рынок СМИ как фактор экономического анализа.
43. Специфика производственной цепочки в медиаиндустрии.
44. Прибыль СМИ через систему издержек в СМИ как предприятии.
45. Влияние конкуренции на экономическую эффективность работы СМИ.
46. Основы медиапланирования в СМИ.

Критерии оценки достижения образовательных результатов

Основными критериями оценки являются: качество и глубина усвоения учебного материала, самостоятельность и оригинальность мышления, логика и ясность изложения, умелая аргументация собственных позиций и решений, владение эмпирическим материалом, качество и объем использованных источников, грамотная подача материала.

Шкала оценивания для промежуточной аттестации:

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

Знания, умения, навыки студента на зачете с оценкой оцениваются по следующей шкале:

- «отлично» – 5,
- «хорошо» – 4,
- «удовлетворительно» – 3,
- «неудовлетворительно» – 2.

Положительными оценками являются: 3-5

5 «Отлично»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 86-100%
-------------	--

4 «Хорошо»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 70-85%
3 «Удовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-69%
2 «Неудовлетворительно»	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Процесс обучения по дисциплине «Современный медиарынок» включает следующие основные виды занятий:

1. практические занятия;
2. самостоятельная работа.

Подготовку к практическому занятию рекомендуется проводить по следующему плану:

1. внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
2. выпишите основные термины;
3. законспектируйте главы из основных источников литературы, соответствующие изучаемой теме;
4. уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
5. готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнения часов аудиторной нагрузки самостоятельной работой студентов, которая выражается в анализе дополнительной литературы по учебной дисциплине по отдельным темам учебной программы.

При изучении дисциплины предусматривается обеспечение гармоничной взаимосвязи между аудиторной и самостоятельной работой студентов, для чего в рамках курса предлагается набор активных и интерактивных методов занятий в развитие сюжетов, рассмотренных в рамках лекций и практических занятий.

Выпускник должен обладать широкими профессиональными качествами, в том числе способностью к самообразованию и саморазвитию. Формирование этих качеств являются обязательными компонентами учебно-воспитательного процесса в университете. В решении этой задачи значительная роль отводится самостоятельной работе как одной из важнейших видов учебной деятельности студента. Наряду с лекциями и практическими занятиями самостоятельная работа составляет систему университетского образования. Самостоятельная работа должна занимать примерно половину учебного времени студента и включает следующие виды деятельности: проработка лекционного материала, написание рефератов и докладов, подготовка презентаций, работа в мастер-классах, круглых столах, выполнение контрольных работ, изучение по первоисточникам и учебникам программного материала не изложенного на лекциях, научно- исследовательская работа и т.д. Самостоятельная работа по теме должна помочь приобрести соответствующие знания и умения:

- 1) уметь определять факторы, оказывающие влияние на политические, экономические процессы в обществе;
- 2) понимать цели и значение медиарынка в современном обществе;
- 3) знать функции экономики и менеджмента СМИ, этапы формирования имиджа издания, приемы рекламного воздействия на читателя.

Все самостоятельные работы студента должны представлять собой целостную, однородную и завершенную учебно-научную работу. Должны быть четко сформулированы: исследуемые вопросы, цели и задачи проблемы. Работа студента должна быть написана научным языком, особо обращать внимание на точность и однозначность терминологии.

Любой вид самостоятельной работы студента имеет несколько этапов и приемов:

1. повторение пройденного теоретического материала и проработка лекции;
2. определение цели самостоятельной работы;
3. уяснение задачи поставленной проблемы;
4. разработка плана действия (выбор путей и средств для решения задачи) и определение вопросов к практическому занятию;
5. выбор литературы;
6. конспектирование первоисточников и литературы;
7. подведение итогов и детализация собственных выводов.

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения студентами самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. Для успешной подготовки устных сообщений на семинарских занятиях и письменных заданий для самостоятельной работы по всем темам студенты должны, кроме рекомендуемой к изучению литературы, использовать публикации по изучаемой теме в периодических, продолжающихся изданиях, научно-технических сборниках.

Важным моментом самостоятельной работы является умение работать с литературой, нормативными документами, с газетными тестами, архивным видеоматериалом. Работа с литературой состоит из целого ряда приемов, в том числе структурирование, анализ, сопоставление, запоминание, смысловое воспроизведение прочитанного в письменной и устной форме. Анализируя источник, главной задачей студентам является наиболее полно и точно восстановить исследуемый период, в частности, политическое устройство, экономическое развитие, развитие медиарынка России. Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента. Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (промежуточный контроль, зачет с оценкой).

Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы: проводить поиск в различных поисковых системах, таких как www.rambler.ru, www.yandex.ru, www.google.ru, www.yahoo.ru, работать с действующим законодательством в справочной правовой системе «Гарант» и использовать материалы специализированных сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

При подготовке к зачету следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю. При этом, прежде всего, следует уяснить суть основных понятий дисциплины, проработать учебные материалы основной и дополнительной литературы, а также литературы из электронно-библиотечной системы, рекомендованных для изучения дисциплины.

Подготовка к практическим занятиям Подготовка к каждому практическому занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой

темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ. В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов.

Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Рекомендации по написанию практических работ / индивидуальных заданий Рекомендации по работе с литературой Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели. Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала.

Такое чтение предполагает выделение:

- 1) главного в тексте;
- 2) основных аргументов;
- 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции. Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна. Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам.
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости и форме промежуточной аттестации. Во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

1. программой дисциплины;
2. перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
3. тематическими планами лекций, семинарских занятий;
4. контрольными мероприятиями;
5. учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также
6. электронными ресурсами;
7. типовым вариантом задания к промежуточной аттестации.

17

преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Основная литература:

1. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : учебник для студентов вузов / Е.Л. Вартанова [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — 978-5-7567-0724-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/8837.html>
2. Мельникова Н.А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний [Электронный ресурс] / Н.А. Мельникова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2012. — 180 с. — 978-5-394-00338-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/6000.html>
3. Орлова П.И. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / П.И. Орлова. — Электрон. текстовые данные. — М. : Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2011. — 284 с. — 978-5-394-01427-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/900.html>
4. Карамов О.Г. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : учебное пособие / О.Г. Карамов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2010. — 124 с. — 978-5-374-00419-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10623.html>
5. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс] : учебник для магистров / Е.Б. Кметь. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. — 978-5-9908055-3-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491.html>
6. Маркетинг [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л.А. Данченко [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Евразийский открытый институт, 2008. — 250 с. — 978-5-374-00226-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/10765.html>

6.2. Дополнительная литература:

- Зудбинова Т.Ю. Бизнес-планирование [Электронный ресурс] : лучший способ предотвратить ошибки / Т.Ю. Зудбинова. — Электрон. текстовые данные. — Ростов-на-Дону: Феникс, 2014. — 239 с. — 978-5-222-22578-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/59340.html>
- Бужин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие / В.Н. Бужин, Т.С. Бузина. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 495 с. — 978-5-238-01769-3. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/17678.html>

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.
соответствует п 6.1.

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

6.6. Иные источники.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Список учебно-лабораторного оборудования

Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных видео - и мультимедиа-проектором, универсальной доской.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов.

1. Доступ к коллекциям электронных баз данных в библиотеке Школы для самостоятельной работы слушателей
2. Электронная почта слушателей для рассылок программных заданий для самостоятельной работы и/или доступ к выкладкам на сайте факультета
3. Копировальный аппарат для подготовки раздаточного материала.

а) требования к программному обеспечению

Компьютер (ноутбук) в аудитории должен иметь программное обеспечение Power Point; кодаки, позволяющие проигрывать видео- и аудио- файлы всех актуальных форматов.