

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы экономики медийного бизнеса

42.03.02 Журналистика
Направление подготовки с кодом

Журналистика и медийный бизнес
Направленность

Бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

Очная, заочная
Форма обучения

КРАСНОДАР 2018

Составитель:

Белицкая О.В. – кандидат экономических наук, доцент кафедры предпринимательской деятельности

Рецензент:

Мороз О.Н. – доктор филологических наук, профессор кафедры публицистики и журналистики ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет»

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 9 от 27 июня 2018 года.

1. Цели освоения дисциплины

Цель изучения дисциплины: сформировать у обучающихся комплексное понимание принципов экономического регулирования деятельности СМИ как субъекта медийного рынка.

Задачи изучения:

1. Раскрыть содержание индустрии средств массовой информации (медиа-индустрии) как самостоятельной отрасли экономики.
2. Ознакомить с системой экономических регуляторов деятельности средств массовой информации на примере опыта ведущих отечественных изданий.
3. Освоить базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса.
4. Раскрыть функции сотрудников конвергентной редакции в условиях работы в условиях медийного бизнеса.
5. Сформировать навыки владения технологиями продвижения публикаций СМИ;
6. Изучить основы медиаменеджмента.
7. Научить применять знания основ рекламы и PR в профессиональной деятельности журналиста современных массмедиа.
8. Изучить принципы внедрения комплекса маркетинга как инструмента изучения медиа-рынка и организации внутрикорпоративной деятельности;
9. Изучить организационные аспекты управленческой деятельности по основным бизнес-процессам медиа-предприятия.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)

Шифр компетенции и расшифровка	Знать	Уметь	Владеть
ОПК-11 – способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного	- основные понятия экономики СМИ и специфику медиаэкономики; - особенности и структуру рынка СМИ; - критерии социально-экономической эффективности субъектов рынка СМИ	- анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы сектора медиаэкономики; - анализировать эффективность экономической деятельности СМИ; - выявлять проблемы экономического характера при анализе деятельности	- методологией экономического исследования; - пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях

статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы менеджмента		субъектов рынка СМИ, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	
---	--	--	--

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Блок 1. Дисциплины (модули)	Дисциплина базовой части
-----------------------------	--------------------------

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Очная форма обучения

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, семестр
		Лекции	Семинары, практические, лабораторные	Консультации		
4	144	22	22	2	70	Экзамен/6

Заочная форма обучения

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля, курс
		Лекции	Семинары, практические, лабораторные	Консультации		
4	144	6	10	-	119	Экзамен/4

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий по каждой форме обучения

Очная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Академические часы	Вид учебного занятия
1	Современная медиаиндустрия как отрасль экономики	6	3 л / 3 с
2	Современное состояние медийного бизнеса России: общая характеристика отрасли, структура, финансовые параметры	6	3 л / 3 с
3	Крупнейшие медиакомпании России: история, структура, экономическая модель	6	3 л / 3 с
4	Виды капитала и формы собственности на рынке СМИ России. Организационно-правовые формы российских медиакомпаний	8	4 л / 4 с
5	Основные элементы финансового управления на медиапредприятиях	6	3 л / 3 с
6	Ключевые элементы экономических моделей газетной и журнальной прессы, электронных СМИ	6	3 л / 3 с
7	Базовые методы и инструментарий маркетинга современных медиапредприятий	6	3 л / 3 с

Заочная форма

№	Тема (раздел) дисциплины	Академические часы	Вид учебного занятия
1	Современная медиаиндустрия как отрасль экономики	1	1 л
2	Современное состояние медийного бизнеса России: общая характеристика отрасли, структура, финансовые параметры	1	1 л
3	Крупнейшие медиакомпании России: история, структура, экономическая модель	2	2 с
4	Виды капитала и формы собственности на рынке СМИ России. Организационно-правовые формы российских медиакомпаний	4	2 л / 2 с

5	Основные элементы финансового управления на медиапредприятиях	2	2 с
6	Ключевые элементы экономических моделей газетной и журнальной прессы, электронных СМИ	2	2 с
7	Базовые методы и инструментарий маркетинга современных медиапредприятий	4	2 л / 2 с

6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

6.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП

Шифр компетенции и ее содержание:		
ОПК-11: способностью учитывать в профессиональной деятельности экономические регуляторы деятельности СМИ, знать базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, знать технологию продвижения публикаций СМИ, основы медиаменеджмента		
Этап 1	Знать	основные понятия экономики СМИ и специфику медиаэкономики; особенности и структуру рынка СМИ; критерии социально-экономической эффективности субъектов рынка СМИ
Этап 2	Уметь	анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы сектора медиаэкономики; анализировать эффективность экономической деятельности СМИ; выявлять проблемы экономического характера при анализе деятельности субъектов рынка СМИ, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	методологией экономического исследования; пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях

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

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, проч-	Основные понятия экономи-	Знает в полном объеме основные	Демонстрирует достаточные	Поверхностные знания основ-	Не знает основных понятий	Экзамен

	ность знаний; обобщенность знаний	ки СМИ и специфику медиаэкономики; особенности и структуру рынка СМИ; критерии социально-экономической эффективности субъектов рынка СМИ	понятия экономики СМИ и специфику медиаэкономики; особенности и структуру рынка СМИ; критерии социально-экономической эффективности субъектов рынка СМИ	знания основных понятий экономики СМИ; особенностей и структуры рынка СМИ; критерии социально-экономической эффективности субъектов рынка СМИ	ных понятий экономики СМИ; особенностей и структуры рынка СМИ	экономики СМИ	
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	анализировать во взаимосвязи экономические явления и процессы сектора экономики; анализировать эффективность экономической деятельности СМИ; выявлять проблемы экономического характера при анализе деятельности субъектов рынка СМИ, предлагать спо-	Демонстрирует высокую степень самостоятельности при анализе экономических явлений и процессов сектора экономики; самостоятельно и корректно анализирует эффективность экономической деятельности СМИ; выявляет проблемы экономического характера при анализе деятельности субъектов рынка СМИ и способен предлагать логичные и	В целом способен самостоятельно анализировать экономические явления и процессы, вскрывать взаимосвязи между ними, самостоятельно и корректно анализирует эффективность экономической деятельности СМИ; выявляет проблемы экономического характера при анализе деятельности субъектов рынка СМИ	Способен провести анализ экономических явлений и процессов сектора медиаэкономики с опорой на вспомогательные учебные и методические материалы, выявить проблемы экономического характера при анализе деятельности субъектов рынка СМИ	Не способен провести анализ экономических явлений и процессов сектора медиаэкономики	Решение задач

		собы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий	грамотные и эффективные способы их решения с учетом оценки рисков и возможных социально-экономических последствий				
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	методологией экономического исследования; пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях	Полностью владеет методологией экономического исследования; пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях	В целом владеет методологией экономического исследования; пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях, допускает незначительные расчетные ошибки	Частично владеет методологией экономического исследования; пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях, допускает критические расчетные ошибки	Не владеет методологией экономического исследования; пониманием процесса ценообразования на медиапредприятиях	Дискусия

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

Компетенция: ОПК-11

Этап формирования компетенции: 1

Средство оценивания: экзамен

Вопросы для проведения экзамена

1. Медиаиндустрия как отрасль экономики. Факторы становления медиарынков
2. Понятие «рынок СМИ», его субъекты, объекты и ресурсы
3. Коммерческие и некоммерческие СМИ. «Спираль падения»
4. Постоянные и переменные издержки СМИ
5. Альтернативные и специфические издержки СМИ
6. Понятие себестоимости и факторы ее снижения в различных СМИ
7. Спрос в медиаэкономике: понятие, особенности, закон спроса
8. Неценовые факторы спроса на медиарынках
9. Эластичность спроса по цене и коэффициент эластичности
10. Эластичность спроса по доходу и коэффициент эластичности
11. Предложение в медиаэкономике. Понятие рыночного равновесия
12. Неценовые факторы предложения на медиарынках
13. Понятие и механизм формирования прибыли
14. Источники дохода медиакомпаний и их рентабельность
15. Эффект масштаба производства и его проявление в различных СМИ
16. Типы рыночных структур и их особенности в медиасекторе
17. Отраслевая и межотраслевая конкуренция СМИ
18. Конкуренция СМИ на рынке рекламы и содержания
19. Конкурентные стратегии и их особенности на медиарынках
20. Монополизация рынка СМИ и причины укрупнения медиакомпаний
21. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат», «синдикат», «картель»
22. Стратегия горизонтального, вертикального и диагонального роста медиакомпаний
23. Сегментация потребительской аудитории: понятие, принципы и экономический смысл
24. Особенности государственной, общественной и коммерческой модели телевидения
25. Организация и финансирование телевизионной индустрии
26. Затратная база телеканалов и пути ее снижения
27. Экономические особенности газетной индустрии: факторы ценообразования, процесс управления затратами и доходностью
28. Экономические особенности журнальной индустрии: факторы ценообразования, процесс управления затратами и доходностью
29. Экономические проблемы современного рынка печатных СМИ
30. Сравнительные экономические преимущества радиовещания
31. Типы и форматы радиовещания
32. Особенности размещения рекламы на радио и телевидении
33. Особенности размещения рекламы в печатных СМИ
34. Издержки радиоиндустрии и пути их сокращения
35. Реклама и коммуникации как источник финансовых поступлений для СМИ
36. Виды рекламы и способы оценки ее экономической эффективности

- 37.Экономические основы индустрии онлайн-СМИ
- 38.Географические рынки СМИ
- 39.Организационно-правовые формы медиапредприятий
- 40.СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг

Компетенция: ОПК-11

Этап формирования компетенции: 2

Средство оценивания: решение задач

Примеры задач

Задача №1

Издательство обнаружило, что по цене 60 руб. оно может реализовывать 1000 экз. книг в неделю, а по цене 80 руб. – 900 экз. Определить эластичность спроса и сделать вывод, какой ценовой политики должно придерживаться издательство.

Задача №2

Предположим, что кривая спроса на печатную продукцию описывается уравнением $Q_d = 70 - 2P$, а кривая предложения – уравнением $Q_s = 10 + P$. Правительство начинает субсидировать производство, выплачивая продавцу 9 руб. за каждую произведенную единицу продукции. Как изменятся доходы производителей?

Задача №3

Типография выпускает 1000 экз. в неделю. Постоянные издержки при этом равны 200 000 рублей. Труд является единственным переменным фактором, его затраты составляют 1250 руб. в час. Рассчитайте средние издержки и средние переменные издержки, если выпускается 5 экз. в час.

Задача №4

Предельные издержки выпуска десяти журналов составляют \$ 9, предельный доход составляет \$ 18. Какое количество журналов необходимо выпускать с целью максимизации дохода и действуя в абсолютно конкурентной среде, если с выпуском каждого последующего экземпляра предельные издержки возрастают на \$ 1, а предельный доход снижается на \$ 2?

Задача №5

Цена газеты возросла с 17 руб. до 18 руб. 50 коп. Месячный объем продаж увеличился с 20 тыс. до 35 тыс. экземпляров. Определите ценовую эластичность предложения.

Задача №6

Соотношение цены журнала и величины спроса задано таблицей. Рассчитать выручку. Определить коэффициент эластичности. Дать оценку действиям продавца.

Варианты	Цена	Объём продаж	Выручка
Исходное положение	50 руб.	20 тыс. экз.	
Измененное положение	60 руб.	15 тыс. экз.	

Задача №7

Средняя цена журнала поднялась с 97 руб. в апреле до 106 руб. в мае. Количество проданных экземпляров сократилось с 24 тыс. до 16 тыс. Какова эластичность спроса по цене? Охарактеризуйте действия продавца.

Задача №8

Заполните пропуски в следующей таблице.

Выпуск, Q (шт.)	Цена, P	Общий доход, TR	Предельный доход, MR
0	200		
1	175		
2		300	
3	135		
4		480	
5	105		
6	90		

Задача №9

Издержки издательства составили 500 тыс. руб., валовой доход – 600 тыс. руб. Рассчитайте норму прибыли.

Задача 10

Объём спроса на данный товар при среднем доходе потребителей 3500 руб. в месяц составлял 80 тыс. шт. в неделю. После того, как средний доход возрос до 5000 руб. в месяц, объём спроса составил 72 тыс. шт. в неделю. Определить эластичность спроса на данный товар по доходу. Является ли данный товар нормальным или неполноценным, почему?

Задача 11

Известно, что общие издержки издательства при выпуске трех экземпляров книги составили 75 руб., а при выпуске четырех экземпляров – 120 руб. Постоянные издержки равны 30 руб. Определите величину переменных издержек, средних переменных, средних постоянных, средних общих издержек при каждом объеме выпуска.

Задача 12

Известно, что общие издержки издательства при выпуске двух экземпляров книги составили 60 руб., а при выпуске трех экземпляров – 75 руб. Постоянные издержки равны 30 руб. Определите величину переменных издержек, средних переменных, средних постоянных, средних общих издержек при каждом объеме выпуска.

Задача 13

Известно, что средние общие издержки выпуска 10 экземпляров книг составляют 20 руб., а средние постоянные издержки – 5 руб. Определите величину переменных издержек.

Задача 14

Известно, что предельные издержки 30 экземпляров книг составляют 11 руб., а общие издержки – 390 руб. Определите общие издержки производства 20 экземпляров книг.

Задача 15

Известно, что средние общие издержки выпуска 50 экземпляров книг составляют 14 руб., а средние постоянные издержки – 2 руб. Определите величину переменных издержек.

Компетенция: ОПК-11

Этап формирования компетенции: 3

Средство оценивания: дискуссия

Вопросы для обсуждения

1. Пресса и новые средства информации и коммуникации в ведущих экономических державах в XIX - начале XX в.
2. Стратегии развития крупного бизнеса на информационно-коммуникационных рынках
3. Индустрия СМИ в системе рыночных отношений
4. Становление индустрии СМИ: основные факторы
5. СМИ как индустрия свободного времени
6. СМИ в системе креативных индустрий
7. Основные тенденции развития современной индустрии СМИ
8. Глобализация СМИ
9. Понятие и компоненты бизнес-модели в медиабизнесе
10. Рыночная структура индустрии СМИ и регулирование процесса концентрации
11. Виды капитала и формы собственности в медиаиндустрии
12. Организационно-правовые формы предприятий в медиаиндустрии
13. Практика применения бизнес-моделирования на российском рынке масс-медиа
14. Нерешенные проблемы моделирования медиа-проектов СМИ
15. Конкурентные стратегии в медиабизнесе на примере отечественных и зарубежных компаний

6.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Компетенция: ОПК-11

Этап формирования компетенции: 1

Средство оценивания: экзамен

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«отлично»	студент дал полный и развернутый ответ на содержащиеся в билете вопросы, а также ответил на дополнительные вопросы по содержанию билета; свободно владеет терминологическим аппаратом, демонстрирует знание экономических законов, зависимостей и формул, умеет их применять
«хорошо»	студент дал приемлемый ответ на содержащиеся в билете вопросы, однако затруднился с ответом на дополнительные вопросы по содер-

	жанию билета; допускает неточности в применении научной терминологии, но демонстрирует знание экономических законов, зависимостей и формул, умеет их применять
«удовлетворительно»	студент ответил на содержащиеся в билете вопросы лишь частично, затруднился с ответом на дополнительные вопросы по содержанию билета; допускает неточности в применении научной терминологии, демонстрирует частичное знание экономических законов, зависимостей и формул, не способен их применять
«неудовлетворительно»	студент не ответил на содержащиеся в билете вопросы, продемонстрировал незнание терминологического аппарата, экономических законов, зависимостей и формул, неспособность их применять

Компетенция: ОПК-11

Этап формирования компетенции: 2

Средство оценивания: решение задач

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«отлично»	Работа над задачей носила полностью самостоятельный характер, задача решена верно, неточности в математических расчетах отсутствуют, вывод корректен и позволяет судить о понимании студентом взаимосвязи между различными экономическими и управленческими показателями и явлениями
«хорошо»	Работа над задачей носила полностью самостоятельный характер, задача решена в целом верно, однако имели место погрешности в математических расчетах. Вывод корректен и позволяет судить о понимании студентом взаимосвязи между различными экономическими и управленческими показателями и явлениями
«удовлетворительно»	Работа над задачей носила частично самостоятельный характер, имеются поверхностные знания, позволяющие решить ее, опираясь на вспомогательный учебный материал, имели место погрешности в математических расчетах. Вывод содержит ошибки и позволяет судить о недостаточном понимании студентом взаимосвязи между различными экономическими и управленческими показателями и явлениями
«неудовлетворительно»	Задача не решена.

Компетенция: ОПК-11

Этап формирования компетенции: 3

Средство оценивания: дискуссия

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«зачтено»	студентом дан полный и развернутый ответ на поставленные преподавателем вопросы, студент свободно владеет терминологическим аппаратом, демонстрирует знание основных положений дисциплины
«не зачтено»	студент не способен ответить на поставленные преподавателем вопросы, не владеет терминологическим аппаратом, демонстрирует незнание основных положений дисциплины

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература (все источники размещены в ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>):

1. Бессонов С.И. Экономика и менеджмент СМИ: специализация и профилизация в журналистике: Учебное пособие / Бессонов С.И., - 2-е изд., стер. - М.: Флинта, 2018. - 123 с.
2. Бузин В.Н. Медиапланирование. Теория и практика: Учебное пособие / Бузин В.Н., Бузина Т.С. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 495 с.

Дополнительная (все источники размещены в ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>):

1. Яковлев Г.А. Коммерция в средствах массовой информации: учеб. пособие / Г.А. Яковлев. - М.: ИНФРА-М, 2018. - 143 с.
2. Васильев Г.А. Электронный бизнес и реклама в Интернете / Васильев Г.А. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 183 с.
3. Чумиков А.Н. Реклама и связи с общественностью: профессиональные компетенции: Учебное пособие / Чумиков А.Н., Бочарова М.П., Самойленко С.А. - М.: Дело АНХ, 2016. - 520 с.

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>
ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>
ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>
НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>
Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>
Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).

Интернет-ресурсы:

ГИПП: союз предприятий печатной индустрии – www.gipp.ru
НАТ: Национальная ассоциация телерадиовещателей – www.nat.ru
Неофициальный сайт факультета журналистики МГУ – <http://kgu-journalist.ucoz.ru> –
НГТУ: Научная библиотека им.Г.П. Лыщинского. Журналистика – http://library.nstu.ru/inet_resources/jurnal
Книги о медиабизнесе и СМИ – http://www.nazaykin.ru/catalog/ru/_mediabusiness.htm
ЭБС «Лань»: Журналистика и медиабизнес – <https://e.lanbook.com/journals>
НИУ ВШЭ: Бизнес. Общество. Власть – <http://www.hse.ru/mag/27364712/2013--15/84458071.html>

ЭБС «Консультант студента»: Студенческая научная библиотека. Основы медиабизнеса – <http://www.studentlibrary.ru>

Научная электронная библиотека elibrary.ru: Каталог материалов по медиабизнесу – https://elibrary.ru/query_results.asp

Факультет журналистики МГУ – <http://www.journ.msu.ru/>

СПбГУ: Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций – <http://jf.spbu.ru/>

Институт социально-гуманитарных наук ТюмГУ – <https://www.utmn.ru/ihss/>

ЯГПУ: интернет-ресурсы по журналистике – <http://yspu.org>

Научная библиотека Томского государственного университета: Журналистика – <http://www.lib.tsu.ru/ru/zhurnalistika>

Научная библиотека САФУ: Журналистика – <http://library.narfu.ru/rus/Pages/default.aspx>

Международный информационно-просветительский проект «Русский язык для журналистов». Полезные сайты для журналистов – <http://www.oshibok-net.ru/for-journalists/poleznies-resursi/site-for-jur/>

Электронный научный журнал «Медиаскоп» – www.mediascope.ru

Библиотека Гумер: Журналистика – http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php

Бизнес-словарь – <http://www.businessvoc.ru>

Федеральная служба государственной статистики – <http://www.gks.ru>

Центральный Банк РФ – <http://www.cbr.ru>

Министерство финансов РФ – <http://www.minfin.ru>

Предоставление данных бухгалтерской отчетности по запросам пользователей – http://www.gks.ru/accounting_report

Министерство экономического развития РФ – <http://www.economy.gov.ru>

Федеральная служба государственной статистики – <http://www.gks.ru>

Департамент экономического развития Краснодарского края – <http://economy.krasnodar.ru/>

Инвестиции и инвестиционные проекты Краснодарского края: Министерство стратегического развития, инвестиций и внешнеэкономической деятельности Краснодарского края – <http://www.investkuban.ru>

Международный валютный фонд – <http://www.imf.org>

Всемирный банк – <http://www.worldbank.org>

МСФО международные стандарты финансовой отчетности правила бухгалтерского учета ПБУ АССА консультации аудит форум – <http://www.msfofm.ru>

GAAP.RU теория и практика финансового учета – <http://www.gaap.ru>

РосБизнесКонсалтинг – <http://www.rbc.ru>

Экспертный канал «Открытая экономика» – <http://opec.ru>

Институт профессиональных бухгалтеров и аудиторов России (ИПБ России) – <http://www.ipbr.ru>

The World Trade Organization – <http://www.wto.org>

Organisation for Economic Co-operation and Development – <http://www.oecd.org>

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Электронная информационно-образовательная среда вуза <http://ksei.ru/eios/>
2. ЭБС Znanium.com <http://znanium.com/>
3. ЭБС Юрайт <https://www.biblio-online.ru/>
4. НЭБ Elibrary <https://elibrary.ru>
5. Библиотека КСЭИ <http://ksei.ru/lib/>
6. Справочная система Консультант Плюс (доступ в читальном зале библиотеки).
7. Лицензионные программы, установленные на компьютерах, доступных в учебном процессе:
 - Microsoft Office Word 2007
 - Microsoft Office Excel 2007
 - Microsoft Office Power Point 2007
 - Microsoft Office Access 2007
 - Adobe Reader
 - Google Chrome
 - Mozilla Firefox
 - KasperskyEndpoint-Security 10

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы и помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования. Специальные помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

11. Входной контроль знаний

Входной контроль знаний, умений и навыков обучающихся проводится в начале изучения дисциплины (модуля) – на первом занятии и позволяет оценить качество подготовки обучающихся по предшествующим дисциплинам (модулям), изучение которых необходимо для успешного освоения указанной дисциплины (модуля), а также помочь в совершенствовании и актуа-

лизации методик преподавания дисциплин (модулей). Предшествующей выступает такая дисциплина, как «Экономика».

Вариант №1

1. Наиболее важной целью любой коммерческой фирмы является: а: максимизация продаж б: повышение качества продукции в: получение прибыли г: расширение рынка сбыта товаров и услуг	6. Одновременный рост предложения товара со снижением спроса на него приведет к а: снижению объема продаж б: увеличению объема продаж в: снижению рыночной цены г: увеличению рыночной цены
2. Экономическая прибыль - это: а: разница между общей выручкой и суммой явных и неявных издержек б: разница между общей выручкой и явными издержками в: разница между общей выручкой и постоянными издержками г: разница между общей выручкой и средними издержками	7. Если производство в отрасли распределено между несколькими фирмами, контролирующими рынок, то такая структура рынка называется а: совершенной конкуренцией б: монополистической конкуренцией в: монополией г: олигополией
3. Понятие «рентабельность предприятия» представляет собой а: получаемую предприятием прибыль б: относительную доходность, измеряемую в процентах к затратам капитала в: отношение объема продаж к средней стоимости основных фондов и оборотных средств г: балансовую прибыль на 1 руб. объема реализованной продукции	8. Могут ли некоммерческие организации заниматься предпринимательской и иной приносящей доход деятельностью? а: не могут б: могут в любом случае в: могут, если доходы от такой деятельности не слишком высоки г: могут, если это служит достижению целей, ради которых она создана
4. Из приведенных ниже утверждений верным является а: производство и производительность – это одно и то же б: рост производства автоматически ведет росту производительности в: производительность растет при полном использовании ресурсов г: увеличение производительности приводит, при прочих равных условиях, к росту объема производства	9. В понятие основного капитала включается а: станки, машины, оборудование б: сырье, материалы в: заработная плата г: налоги и штрафы
5. Чтобы найти постоянные издержки необходимо а: из средних общих издержек вычесть средние переменные издержки б: из общих издержек вычесть переменные издержки в: из общих издержек вычесть переменные и разделить на объем выпуска г: из постоянных издержек вычесть переменные издержки	10. Соотношение результата и обусловивших его затрат определяет суть понятия... а: чистый финансовый результат б: эффективность в: экономический эффект г: качество

Вариант №2

1. Собственник денежного капитала получает доход в форме а: заработной платы б: процента в: прибыли г: предпринимательского дохода	6. Закон спроса выражается зависимостью, которая показывает а: как изменяются предпочтения потребителя б: зависимость между величиной спроса на благо и его ценой в: закономерности изменения рыночных цен блага г: факторы, влияющие на цену
2. Прибыль рассчитывается... а: путем вычитания всех затрат из суммарного дохода (выручки) б: путем умножения количества проданных товаров на цену единицы товара в: путем сложения всех доходов, полученных из разных источников г: любым из трех перечисленных выше способов	7. Конкуренция – это а: борьба производителей за получение наивысшей прибыли б: экономическая состязательность за достижение наилучших результатов в: борьба покупателей за право покупать товары по более низким ценам г: все ответы верны
3. Минимизация этого показателя ведет к росту уровня рентабельности а: минимизация выручки б: минимизация цены в: минимизация издержек г: минимизация объема производства	8. Организация, не имеющая в качестве основной цели своей деятельности извлечение прибыли и не распределяющая полученную прибыль между участниками, называется а: благотворительной б: социальной в: общественной г: некоммерческой
4. Уровень производительности труда характеризует а: фондоотдача, фондоемкость б: выработка на одного рабочего в: фондовооруженность труда г: прибыль	9. К основным средствам относится: а: сырье для производства продукции б: спецодежда в: здания организации г: готовая продукция
5. Рассматривая модель линейной зависимости издержек от объема производства, можно утверждать, что от объемов производства не зависят а: постоянные издержки б: средние постоянные издержки в: средние общие издержки г: общие издержки	10. Критерием определения экономической эффективности является... а: соотношение между доходами и суммарными издержками б: объем продукции (услуг) за определенный период в: сокращение численности работников г: повышение квалификации работников

Вариант №3

1. С одной стороны, это плата за проявленные организаторские и деловые способности, а с другой – результат итогового распределения прибыли фирмы. Речь идет о таком понятии, как... а: заработная плата б: выручка в: торговая наценка	6. Спрос – это а: количество товара, которое потребитель приобретает по данной цене б: желание потребителя купить товар в: платёжеспособность населения г: все ответы верны
--	--

г: предпринимательский доход	
2. Среди приведенных ниже утверждений верным является: а: фирма, получая бухгалтерскую прибыль, может иметь при этом отрицательную экономическую прибыль б: экономическая прибыль всегда превышает бухгалтерскую прибыль в: экономическая прибыль представляет собой сумму выручки и бухгалтерской прибыли г: все выше указанные утверждения неверны	7. Если рынок по своей структуре является монополией, это означает, что... а: на рынке действует один покупатель б: на рынке действует один продавец в: на рынке действует один покупатель и один продавец г: продавец имеет возможность продавать свой товар по очень высокой цене
3. Показатель, не участвующий в оценки уровня рентабельности а: прибыль б: затраты живого труда в: стоимость основных производственных фондов г: стоимость оборотных средств	8. С точки зрения классификации организационно-правовых форм хозяйствующих субъектов, выделяют а: малый и крупный бизнес б: легальный и теневой сектор в: государственные и частные организации г: коммерческие и некоммерческие организации
4. Возрастающая отдача от масштаба достигается при выполнении следующих условий: а: увеличение затрат как капитала, так и труда на 12 % вызывает рост выпуска на 10 % б: увеличение затрат капитала на 12 % и затрат труда на 10 % вызывает рост выпуска на 5 % в: увеличение затрат как капитала, так и труда на 12% вызывает рост выпуска на 15 % г: увеличение затрат как капитала, так и труда на 20 % вызывает рост выпуска на 20 %	9. В качестве примера основных средств организации нельзя привести: а: производственный и хозяйственный инвентарь б: транспортные средства в: здания, сооружения г: сырье для производства продукции
5. Величина постоянных издержек производства а: зависит от величины объема производства б: не зависит от объема выпуска продукции в: не зависит от времени производства г: не зависит от качества продукции	10. Экономическая эффективность представляет собой соотношение... а: показателей рентабельности и оборачиваемости б: объемов производства и размера заработной платы сотрудников в: полученных результатов и затрат материальных, трудовых, финансовых ресурсов г: затрат финансовых ресурсов и полученных результатов

12. Проверка остаточных знаний

Контроль наличия у обучающихся сформированных результатов обучения (знаний, умений и навыков) по настоящей дисциплине может быть проведен через 6-8 месяцев после завершения ее изучения. Данный контроль позволяет получить независимую оценку качества подготовки обучающихся.

Формы контроля – компьютерное тестирование. Приведенный ниже материал внесен в соответствующее программное средство.

Вариант №1

1. Наиболее существенная характеристика медиаиндустрии, отличающая ее от других отраслей современной экономики – а: отсутствие непосредственного контакта с потребителем б: более высокий уровень среднеотраслевой рентабельности по сравнению с сектором материальных производств в: невозможность самостоятельно формировать ценовую политику г: сдвоенный рынок товаров и услуг	6. Узкоспециализированные издания распространяются преимущественно: а: по подписке б: в розницу в: частными распространителями г: бесплатно
2. Под внешней средой медийной организации понимается а: совокупность организаций в той же отрасли б: все условия функционирования организации в: факторы и условия со слабой управляемостью г: государственные институты и рыночная инфраструктура	7. Наиболее сильно периодические издания зависят от колебания цен на: а: топливо и энергоносители б: стоимость оборудования в: типографскую краску г: бумагу
3. Средние постоянные издержки составили 10 руб. при выпуске 3 журналов. Средние общие издержки равны при этом 25 руб. Средние переменные издержки составят... (руб.) а: 15 б: 5 в: 65 г: 45	8. Ликвидность предприятия СМИ – это: а: способность реализовывать выпущенную продукцию б: способность получать кредиты в: способность превращать активы в деньги для покрытия всех необходимых платежей г: способность самоликвидироваться
4. Упущенный доход, который телестанция теряет при отказе от показа рейтингового молодежного сериала, который может привлечь новых молодых зрителей с высокой покупательской активностью – это пример а: транзакционных издержек б: предельных издержек в: альтернативных издержек г: реализационных издержек	9. Выберите верную формулу рентабельности предприятия СМИ: а: $P = 3/P \times 100\%$ б: $P = P/3 \times 100\%$ в: $P = (P+3) \times 100\%$ г: $P = (P-3) \times 100\%$
5. Процесс стратегического управления организацией начинается с ... а: социально-экономической оценки стратегии б: анализа внутренней и внешней среды в: практической реализации стратегии г: разработки стратегии	10. При какой форме оплаты труда работника СМИ за основу берется количество выполненной работы по установленным расценкам за единицу продукции (например, плата «за строчку», за сверстанную полосу)? а: сдельная оплата труда б: бестарифная оплата труда в: повременная оплата труда г: система должностных окладов

Вариант №2

1. Медийный рынок включает такие крупные составляющие, как... а: ресурсный рынок и информационная среда б: рынок капиталов и рынок рабочей силы в: рынок товаров и услуг г: макросреда и микросреда	6. Метод, не используемый в распространении периодического издания: а: подписка б: продажа издания в розницу в: оптовая продажа тиража г: почтовая рассылка
2. Предпринимательская среда медиапредприятий состоит из: а: макроэкономики и микроэкономики б: макросреды и макроэкономических показателей в: микросреды и показателей деятельности организации г: микросреды и макросреды	7. Финансовый результат, при котором расходы редакции превышают доходы: а: банкротство б: дефицит в: убыток г: неплатежеспособность
3. Производство 4 книг сопряжено со средними общими издержками и постоянными издержками в размере 30 руб. Определите переменные издержки производства. а: 150 б: 120 в: 90 г: 30	8. Банковский кредит, инвестиции, средства учредителя, объединение индивидуальных капиталов, дотация составляют понятие ... СМИ: а: источники капитала б: основные фонды в: денежные фонды г: финансовый менеджмент
4. При увеличении объема тиража газет на одном и том же производственном оборудовании происходит уменьшение... а: общих издержек б: средних общих издержек в: переменных издержек г: средних переменных издержек	9. Финансовая поддержка периодического издания, оказываемая ему регулярно: а: инвестиции б: вклад в: дотация г: спонсирование
5. Деловая стратегия представляет собой: а: процесс установления и укрепления долгосрочной конкурентоспособной позиции компании на конкретном рынке б: то, что компания собирается делать и чем она хочет стать в: разработка концепции долгосрочного развития фирмы г: план управления отдельной сферой деятельности компании	10. Специалисты, относящиеся к группе технических работников СМИ: а: журналисты б: корректоры в: фотокорреспонденты г: менеджеры проектов

Вариант №3

1. Особенностью экономики СМИ является то, что медийный сектор... а: производит только нематериальные блага, что усложняет менеджмент качества б: представлен, в основном, некоммерческими организациями со своей спецификой финансирования и распоряжения прибылью	6. Какое из нижеперечисленных СМИ является изданием Правительства РФ и официальным публикатором документов: а: «Ведомости» б: «Известия» в: «Российская газета» г: «Комсомольская правда»
--	--

в: биполярен и формирует массовые и узкоспециализированные аудитории для рекламодателей г: представлен, в основном, предприятиями с государственной формой собственности	
2. Переменную, используемую для исследования внешней и внутренней среды медийных организации, называют... а: инфраструктура б: фактор, условие в: функция г: имидж	7. В производственные расходы СМИ не входит: а: оплата типографских расходов и бумаги б: выплата дивидендов акционерам в: оплата распространения и транспортировки издания г: приобретение информации, необходимой для выпуска издания
3. Вследствие падения цены с 75 до 50 руб. спрос возрос с 100 до 150 ед. Прибыль продавца при этом... а: не изменилась б: возросла в: уменьшилась г: не хватает данных для расчета	8. Ссуда, полученная в денежной форме на условиях возвратности, срочности, платности: а: кредит б: инвестиции в: вклад г: субсидия
4. Примером постоянных издержек в издательском деле является... а: работа дизайнера, оформившего обложку выпуска б: типографская краска в: физический износ производственного оборудования г: все перечисленное выше	9. Минимальная норма рентабельности для предприятия СМИ: а: 10% б: 20% в: 30% г: 40%
5. Раздел стратегического плана, в котором рассматриваются вопросы планирования себестоимости, доходов, прибыли, рентабельности называется... а: базовая стратегия б: стратегический организационный план в: стратегический план производства г: стратегический финансовый план	10. Форма оплаты труда, при которой определяется доля работника в общем фонде оплаты труда редакции и устанавливается квалификационный балл для каждой штатной единицы, называется: а: повременная б: бестарифная в: система должностных окладов г: сдельная

Вариант №4

1. По Д. Смайту, товаром СМИ является... а: содержание (информация, мнения, развлечения) б: медиаформа (газета, журнал, книга, радио- или телепрограмма) в: целевая аудитория г: авторское право	6. Что из нижеперечисленного не является деловым СМИ: а: «РБК-Daily» б: Радио «Бизнес-FM» в: «Труд» г: «Эксперт»
2. Какая из сред представляет собой сферу реализации финансовых и кредитных отношений между хозяйствующими субъектами: а: экономическая среда б: финансовая среда	7. К общередакционным расходам редакции не относятся: а: оплата типографских работ б: оплата телефонной связи и Интернет в: транспортные расходы

в: рыночная среда г: среда предпринимательства	г: заработная плата работникам редакции СМИ
3. Производство 5 книг сопряжено со средними общими издержками и постоянными издержками в размере 20 руб. Определите переменные издержки производства. а: 100 б: 80 в: 40 г: 4	8. Какой из перечисленных механизмов может послужить средством укрепления финансовой базы издания: а: смена менеджмента б: дополнительная эмиссия в: смена персонала г: ремонт редакционных помещений
4. Определите правильную последовательность событий в «спирали падения» СМИ: а: недостаток прибыли – уменьшение расходов на контент – уменьшение аудитории – уменьшение рекламодателей – дальнейшее сокращение финансовых ресурсов б: рост издержек производства – рост удельного веса рекламы – уменьшение аудитории – уменьшение расходов на контент – дальнейшее сокращение финансовых ресурсов в: падение выручки – рост удельного веса рекламы – уменьшение аудитории – уменьшение расходов на контент – уменьшение рекламодателей – дальнейшее сокращение финансовых ресурсов г: рост расходов на контент – рост издержек производства – рост удельного веса рекламы – уменьшение аудитории – дальнейшее сокращение финансовых ресурсов	9. К доходной части бюджета телерадиокомпаний можно отнести: а: оплата сигнала передающему техническому центру б: приобретение программ и фильмов в: продажа информации зарубежным СМИ г: приобретение информации у зарубежных телерадиокомпаний
5. Под стратегией организации понимается а: проект реструктуризации организации б: технико-экономическое обоснование деятельности организации в: бизнес-план внедрения нового продукта, технологии производства или социально-экономического метода управления г: комплексный план, предназначенный для осуществления миссии и достижения долгосрочных целей организации	10. К формам стимулирования персонала не относятся: а: денежные б: организационные в: моральные г: этические

Вариант №5

1. Спрос всегда превышает предложение на таком сегменте медиарынков, как... а: рынок труда б: рынок информации и идей в: рынок сырья и материалов г: рынок технических средств производства	6. Каталожная цена – это: а: стоимость услуг распространителя б: цена, по которой редакция отдает газету тому, кто берется ее распространять по подписке, каталогу (например, почте) в: цена, по которой розничный торговец покупает товар у оптовика г: цена, устанавливаемая на газеты, распро-
---	---

	строяемые через сеть розничной продажи
2. К элементам внешней среды организации можно отнести: а: состояние экономики страны, деятельность государственных институтов б: имидж организации в: кадровый состав организации г: общественное разделение труда	7. К издательским расходам относят: а: литературный гонорар б: бюджет маркетинга в: представительские расходы г: оплата командировочных журналистам
3. Проработав год, издательство получило чистую прибыль в размере 600 тыс. руб. Себестоимость производства составила 800 тыс. руб., полученная за период выручка – 1200 тыс. руб. Рентабельность продаж составит... а: 17% б: 50% в: 67% г: 150%	8. Что такое основной капитал на предприятии СМИ? а: часть производственных фондов, вещественные элементы которых расходуются в каждом производственном цикле и их стоимость переносится на продукт целиком и сразу б: часть производительного капитала, стоимость которой полностью переносится на произведенный товар и возвращается к его владельцу в денежной форме сразу по мере продажи того товара, в цену которого была заложена стоимость капитала в: капитал, который возвращается к собственнику в денежной форме после реализации товара в той мере, в какой его стоимость была перенесена на производимый продукт, издержки списываются постепенно, частями г: размер имущества предприятия, который предназначен для размещения в нем нераспределенной прибыли, для покрытия убытков, погашения облигаций и выкупа акций предприятия
4. К специфическим издержкам СМИ НЕ относятся: а: издержки на подготовку контента б: издержки на дистрибуцию в: издержки на маркетинговые мероприятия г: издержки на оплату труда работников	9. К основным экономическим целям редакции относится: а: оборот б: охват рынка в: конкурентоспособность г: прибыль
5. ... – это совокупность управленческих действий, направленных на повышение эффективности операционной, инвестиционной, финансовой и других видов деятельности предприятия а: контроллинг б: планирование в: экономическая стратегия г: стратегический подход	10. Специалисты, относящиеся к группе творческих работников СМИ: а: дизайнеры б: видеоинженеры в: операторы печатного станка г: корректоры