

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Степыкин Николай Иванович
Должность: Заведующий кафедрой
Дата подписания: 30.08.2023 13:43:12
Уникальный программный ключ:
79cb37fa15c029eb9fe555478f21c47b73e92308

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Юго-Западный государственный университет

УТВЕРЖДАЮ:
Заведующий кафедрой
теоретической и прикладной
лингвистики



Н.И. Степыкин

«11» февраля 2022 г.

ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА
для текущего контроля успеваемости
и промежуточной аттестации обучающихся
по дисциплине
«Современная медиаиндустрия. Медиаэкономика»
42.04.02 Журналистика

1 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ

1.1 ВОПРОСЫ ДЛЯ СОБЕСЕДОВАНИЯ

Раздел (тема) дисциплины «Средства массовой информации и рынок»

Что такое информационный рынок и когда он возникает?

Каковы законы развития информационного рынка?

Что такое ресурсный рынок и что он включает?

Какие источники финансовых средств могут найти руководители редакций на финансовом рынке?

Что приобретают на рынке рабочей силы (труда) и от чего зависит ситуация на нем?

Что покупают и продают на издательском рынке?

Какие товары представлены на техническом рынке?

Чем регулируется ситуация на рынке бумаги и других материалов?

Что такое рынок продавцов и рынок покупателей?

Что входит в среду, в которой совершается обмен на рынке?

Раздел (тема) дисциплины «Формы организации медиабизнеса»

Где проходят регистрацию новые СМИ?

Кто освобождается от регистрации СМИ?

Чем регулируется размер регистрационного сбора?

Чем регулируются правовые отношения между учредителем, издателем, собственником имущества и редакцией? В каких документах фиксируют эти отношения?

Кто руководит редакцией СМИ и представляет ее в отношениях с учредителем?

На какой основе осуществляется профессиональная деятельность редакции?

Что является экономическими предпосылками создания СМИ?

Чем определяется решение вопроса о собственности – кому принадлежит СМИ?

Кто имеет право быть учредителем, издателем, распространителем СМИ, главным редактором?

Раздел (тема) дисциплины «Основы медийного маркетинга»

Что такое редакционно-издательский маркетинг? Каковы его цели, задачи и направления?

Что такое сегмент рынка периодических изданий? Приведите примеры различных сегментов.

В чем заключается позиционирование издания? Что такое информационная ниша? Какие виды ниш вы знаете?

Какова цель исследования рынка покупателей информации, ее потребителей? Что такое целевая аудитория издания? Чем различаются потенциальная и реальная аудитории издания?

Каковы основные направления исследования целевой аудитории?

Как изучают конкурентные издания? Какие конкурентные ситуации возникают на рынке и чем они различаются?

Каковы цели и методы наблюдения за своим изданием?

Раздел (тема) дисциплины «Финансовая политика СМИ»

Какова роль бюджета и баланса редакции для ее деятельности?

Какова структура редакционного бюджета?

Какие статьи входят в общередакционные расходы?

Что входит в фонд оплаты труда работников редакции?

Какие системы оплаты труда журналистов вы знаете?

Каково значение фондов материального поощрения и социального развития для деятельности работников редакции?

Какие налоги федеральный бюджет должна платить редакция? А какие издания и почему пользуются при этом льготами?

Кому выплачивают литературный гонорар за публикации в издании и кто устанавливает его размеры?

Что такое гонорарная стоимость номера газеты?

Раздел (тема) дисциплины «Основы редакционного менеджмента»

Что такое редакционный менеджмент? Каковы его цели и задачи?

Кто занимается менеджментом в редакции и компании?

Какие требования предъявляют редакционному менеджеру?

Какие виды редакционного менеджмента вы знаете?

Как организована работа службы менеджмента в редакции и компании?

Какова специализация работников редакционного менеджмента?

Раздел (тема) дисциплины «Менеджмент и бизнес-план редакции»

Каковы цели и предмет бизнес-плана редакции (компании)?

Какие виды бизнес-плана используют в редакциях и чем определяются их особенности?

Какова структура бизнес-плана редакции?

Как бизнес-план используют для оптимизации работы редакционного коллектива?

Какие возможности предоставляет бизнес-план для контроля производственной деятельности редакции?

Как бизнес-план облегчает проведение финансовой политики редакции?

Какие неиспользованные резервные возможности имеет медиаредакция для укрепления своей финансовой базы?

Раздел (тема) дисциплины «Структура медиапредприятия»

Как менеджмент способствует определению оптимальной величины редакционного коллектива?

Каковы причины минимизации величины редакции?

Чем и почему различается состав редакций изданий разных типов?

Какова цель кадровой политики руководителей редакции? Какие источники пополнения редакционных кадров они используют?

Какие системы договорных отношений используют руководители редакций? В чем особенности контрактной системы найма?

Назовите основные принципы редакционной деятельности.

Чем различаются пирамидальная и плоская структуры редакции? Каковы достоинства и недостатки каждой из них?

Каковы основные цели и тенденции изменения структуры редакционных коллективов?

Что такое пресс-группа и каковы ее достоинства?

Раздел (тема) дисциплины «Управление медиапредприятием»

Кто участвует в процессе редакционного менеджмента и на каких уровнях?

Какими методами управления редакционным коллективом пользуются его руководители?

Какие экономические методы управления редакцией вы знаете?

Что означает системность, ритмичность и цикличность редакционной деятельности?

Что учитывает редакционный менеджер при выборе источников информации для редакции?

Что можно и нужно моделировать в редакции? Как моделирование издания влияет на организацию работы его редакции?

Какую роль в организации работы коллектива играет планирование редакционной деятельности?

Каково значение нормирования труда сотрудников редакции и учета его результатов?

Как менеджер контролирует экономическую эффективность организации работы редакции?

Раздел (тема) дисциплины «Трансформация системы управления медиапредприятием в

современных условиях»

Что такое имидж периодического издания? От чего он зависит и как формируется?
Какую роль название издания, его бренд играют в изменении доходов редакции и почему?
Как дизайн издания влияет на его конкурентоспособность?
Что входит в комплекс технических средств оснащения редакции?
Каковы цели и достоинства децентрализации и централизации выпуска печатных периодических изданий?

Критерии оценки:

4 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полный, содержательный, развернутый, нормативно оформленный, наполненный языковыми примерами.

3 балла выставляется обучающемуся, если ответ содержательно соответствует теме, грамотно оформлен, но недостаточно развернут и наполнен языковыми примерами.

2 балла выставляется обучающемуся, если его ответ полон содержательно, но не наполнен языковыми примерами.

1 балл выставляется обучающемуся, есть его ответ содержательно верен, но не наполнен языковыми примерами и по своему оформлению не соответствует языковым нормам.

1.2 КОНТРОЛЬНЫЕ РАБОТЫ

Контрольная работа «Формы организации медиабизнеса»

Вариант 1

Журналистская информация как товар.
Экономическая природа СМИ.
Иностранный капитал на информационном рынке.

Вариант 2

Аспекты и структура информационного рынка.
Что включает в себя экономическая база СМИ?
Российский капитал на информационном рынке.

Контрольная работа «Финансовая политика СМИ»

Вариант 1

Исследование рынка покупателей (потребителей) информации.
Что относится к издательским расходам редакции?
Методы маркетинга.

Вариант 2

Изучение конкурентных СМИ.
Реализация тиража. Структура тиража.
Направления ценовой политики редакции.

Контрольная работа «Менеджмент и бизнес-план редакции»

Вариант 1

Ценовая политика в процессе сбыта издания.
Раскройте содержание основных разделов бизнес-плана редакции.
Ценовая политика в процессе приобретения рабочей силы.

Вариант 2

Ценовая политика в процессе производства издания.
Бюджет телерадиокомпании и информационного агентства.
Бизнес-план в системе редакционного планирования.

Контрольная работа «Управление медиапредприятием»

Вариант 1

Линейно-функциональная модель управления предприятием.

Каковы цели создания редакционного банка данных?

Матричная модель управления медиапредприятием.

Вариант 2

Дивизиональная модель управления медиапредприятием.

Профессии медиаиндустрии.

Специализации и профили медиаменеджеров.

Критерии оценки:

7-8 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, детальный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий высокий уровень систематизации знаний;

4-6 баллов выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, структурно выдержанный, грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень систематизации знаний;

2-3 балла выставляется обучающемуся, если в работе представлен самостоятельный, в целом структурно выстроенный, не достаточно грамотно оформленный ответ на поставленные вопросы, демонстрирующий средний уровень знаний;

2 ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ

2.1 ВОПРОСЫ В ЗАКРЫТОЙ ФОРМЕ

По Пикару, непосредственное вложение правительством денежных средств в бюджет газетных компаний для снижения производственных затрат, - это

Выберите один ответ:

привилегии

регулирование

субсидии

Найдите неверное утверждение.

Выберите один ответ:

В секторе печатных СМИ расширение производства означает повышение переменных издержек (бумага, типографская краска, стоимость доставки).

Разные СМИ характеризуются одинаковой долей постоянных и переменных издержек.

На ТВ постоянные издержки (оплата труда творческих коллективов, амортизация съемочного оборудования) прямо не связаны с ростом производства.

"Новый журнализм" возник в

Выберите один ответ:

Великобритании

Франции

Италии

Рыночная структура, при которой существует только два продавца определенного товара, не связанных между собой монополистическими соглашениями о ценах, рынках сбыта, квотах, - это

Выберите один ответ:

олигополия
монополия
дуополия

Вторая волна коммерциализации газетного производства пришлась на

Выберите один ответ:

середины 19 в.
начало 19 в.
вторую половину 19 в.

"Пенсовая пресса" - это вариант массовой и прибыльной журналистики в

Выберите один ответ:

Америке
Франции
Италии

Португалия, Италия, Греция -

Выберите один ответ:

телевизионные страны
газетные страны
газетно-телевизионные страны

По Пикару, деятельность правительства по управлению рынком, включающая в себя контроль за собственностью газетных предприятий и создание антимонопольного законодательства, - это

Выберите один ответ:

привилегии
регулирование
субсидии

По Пикару, специальные программы поддержки, предоставляющие сниженные цены на услуги государственных органов или оговаривающие особые условия деятельности для газетных компаний (сниженные тарифы, освобождение от НДС), - это

Выберите один ответ:

субсидии
регулирование
привилегии

Конкуренция трех газет - это

Выберите один ответ:

олигополия
монополия
дуополия

Что не относится к причинам экономического успеха газетной индустрии в Великобритании 19 в.?

Выберите один ответ:

увеличение цены при росте тиража
опора на рекламу, ставшую важнейшим источником финансирования
точное знание аудитории, основанное на ее постоянном изучении

Сумма, на которую возрастают общие издержки, когда объем производства

увеличивается на единицу продукции, - это

Выберите один ответ:

- средние издержки
- предельные издержки
- переменные издержки

Найдите неверное утверждение, касающееся газетной индустрии:

Выберите один ответ:

- изобретение книгопечатания положило начало газетной индустрии в 21 в. газеты переживают пик своего развития
- во всех развитых странах газеты уже пережили пик своего развития

Найдите неверное утверждение. Экономическое развитие американской прессы в 19 в. шло по пути

Выберите один ответ:

- сужения аудитории
- удешевления производства
- совершенствования системы распространения

Затраты, равные отношению общих издержек к количеству единиц продукции, - это

Выберите один ответ:

- предельные издержки
- переменные издержки
- средние издержки

Формула успеха газеты Нью Йорк Сан не включает такой элемент, как

Выберите один ответ:

- высокая цена
- значительный объем рекламы (треть номера)
- сенсационное, легкое содержание

Компании, изучающие читательский рынок, начали создаваться начиная с

Выберите один ответ:

- 1881 г.
- 1889 г.
- 1898 г.

Таблоид имеет формат

Выберите один ответ:

- A3
- A4
- A2

Заработная плата, стоимость сырья, топлива, электроэнергии, упаковки, транспортировки относятся к

Выберите один ответ:

- переменным издержкам
- общим издержкам
- постоянным издержкам

"Развлекающие" и "забавляющие" газеты, создававшиеся в условиях формирования массовой аудитории в Великобритании 19 в., получили название

Выберите один ответ:
желтой прессы
массовой печати
нового журнализма

Критерии оценки:

Каждый верный ответ оценивается следующим образом:

- задание в закрытой форме – 2 балла,
- задание в открытой форме – 2 балла,
- задание на установление правильной последовательности – 2 балла,
- задание на установление соответствия – 2 балла,
- решение задачи – 6 баллов.

Максимальное количество баллов за тестирование - 36 баллов.