

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.10.02 Основы медиаэкономики

42.04.05 Медиакоммуникации

Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и бизнес-структурах

Заочная форма обучения

Год набора - 2026

Барнаул

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Сорокина Ангелина Алексеевна, старший преподаватель кафедры экономики и финансов Алтайского филиала РАНХиГС

Лукина Елена Викторовна, к.э.н., доцент, заведующий кафедры экономики и финансов Алтайского филиала РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Лукина Елена Викторовна, к.э.н., доцент, заведующий кафедрой экономики и финансов Алтайского филиала РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 Основы медиаэкономики_одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС.

протокол № 1 от «26» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.10.02 Основы медиаэкономики обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС (при наличии)**	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
В/02.7 Планирование и координация деятельности и подразделения, 11.006 Редактор средств массовой информации Утв., приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 4 августа 2014 г. N 538н	ПК – 4	Способен организовать и координировать работу, принимать управленческие решения в быстро меняющейся среде	ПК – 4.1	Знает принципы управления, владеет навыками организации и координации работы, умеет принимать управленческие решения в быстро меняющейся среде	<i>ПК – 4.1 Н-2</i> Владеет способностям и находить и принимать организационные управленческие решения в быстро меняющейся среде с учетом разнообразных факторов, в том числе и экономических

* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Заочная форма обучения

Общий объем дисциплины:

2,00 з.е., 72 ак.час

Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий: 14 ак. час на контактную работу с преподавателем, из них 4 ак.час на лекции и 10 ак.час на практические занятия. 58 ак. час на самостоятельную работу обучающихся.

Б1.В.ДВ.10.02 Основы медиаэкономики реализуется на 3-м и 4-м семестре 2-го курса после изучения дисциплин:

- Введение в профессию.

3. Содержание и структура дисциплины

3.1. Структура дисциплины

Заочная форма обучения

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Катт эк	К о н т р о л ь	СРкр	СРэк	СР		
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Экономика и медиасистема	24	1	0	0	3	0	0	0	0		0	0	20	Вопросы для устного опроса, практические задания, тестирование
Тема 2	Экономические особенности СМИ и «новых» медиа	22	1	0	0	3	0	0	0	0		0	0	18	Вопросы для устного опроса, практические задания, тестирование
Тема 3	Финансирование медиапредприятия	26	2	0	0	4	0	0	0	0		0	0	20	Вопросы для устного опроса, практические

														задания, тестирование
Промежуточная аттестация		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	Зачет
Итого		72	4	0	0	10	0	0	0	0	0	0	58	

Используемые сокращения:

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. «Экономика и медиасистема». ПК-4.1.

Понятие экономики. Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта (генерация, агрегация, дистрибуция, консумация). Цепочка создания ценности медиаиндустрии. Материальные и нематериальные ресурсы в производстве СМИ. Понятия «медиасистема», «медиакомпания», «медиакапитал». Экономическая медиаполитика зарубежных государств.

Тема 2 «Экономические особенности СМИ и «новых медиа»». ПК-4.1.

Печатный сектор на медиарынке. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция. Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Телевизионный сектор на медиарынке. Типы телекомпаний, телеканалов. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Спираль снижения доходности. Радийный сектор на медиарынке. Форматы радиостанций и типы программирования. Понятие «новых медиа». Интернет и сетевые технологии. Рынок онлайн-СМИ. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономические преимущества «новых медиа» перед традиционными СМИ.

Тема 3. «Финансирование медиапредприятия». ПК-4.1.

Себестоимость медиапроекта. Источники финансирования медиапроектов. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиainдустрии. Бюджет медиапредприятия. Основные показатели медиапланирования. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Государственная поддержка СМИ.

4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДВ.10.02 Основы медиаэкономики входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких правильных ответов из нескольких вариантов предложенных	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты-ты ответа. 3. Выбрать несколько правильных ответов. 4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр

		4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).	
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа. 5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса. 2. Продумать логику и полноту ответа. 3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки. 4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ 	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Отсутствие фактических ошибок. 2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа). 3. Обоснованность ответа (наличие аргументов). 4. Логическая последовательность излагаемого материала.

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС¹

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для тради- ционной системы	Для бинарной системы
	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
			B	P/ Passed
	Хорошо		C	P/ Passed
			D	P/ Passed
	Удовлетворительно		E	P/ Passed
	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

вопросы для устного опроса, практические задания, тестирование.

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема 1 «Экономика и медиасистема». ПК-4.1.

Вопросы для устного опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Медиа как отрасль экономики
2.	Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал»
3.	Жизненный цикл медиапродукта

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.

¹ БРС при изучении данной дисциплины не применяется

2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тестовые вопросы:

1, Какой экономический термин лучше всего описывает ситуацию, когда несколько компаний контролируют большую часть медиарынка?

- а) Совершенная конкуренция
- б) Монополистическая конкуренция
- в) Олигополия
- г) Монополия

2. Что из перечисленного является основным источником дохода для большинства коммерческих медиаорганизаций?

- а) Государственные субсидии
- б) Благотворительные пожертвования
- в) Реклама
- г) Продажа подписок на контент

3. Как называется процесс объединения медиакомпаний разных типов (например, телеканала и издательского дома) под одним владельцем?

- а) Диверсификация
- б) Конвергенция
- в) Интеграция
- г) Глобализация

4. Какое из следующих утверждений лучше всего описывает влияние интернета на экономику медиасистемы?

- а) Снижение конкуренции из-за доминирования традиционных медиа
- б) Увеличение стоимости производства контента
- в) Расширение возможностей для нишевых медиа и независимых создателей контента
- г) Сокращение аудитории медиа

5. Что такое перекрестное владение в медиа?

- а) Владение медиакомпаниями разных типов в одном регионе
- б) Владение акциями разных медиакомпаний
- в) Совместное производство контента разными медиакомпаниями
- г) Владение медиакомпаниями в разных странах

Практическое задание:

Задание 1.

Для каждого из приведенных здесь понятий и терминов подберите соответствующее ему определение.

Определения	Термины (понятия)
А. Средства, необходимые для удовлетворения потребностей людей и имеющиеся в распоряжении общества в ограниченном количестве	1.Ограниченность ресурсов 2.Экономические блага

<p>Б. Один из факторов производства, включающий в себя такие ресурсы, необходимые для производства экономических благ, как земля, вода, леса, месторождения полезных ископаемых и т. п.</p> <p>В. Поведение человека, которое предполагает максимизацию результата при данных затратах или минимизацию затрат для достижения заданного результата.</p> <p>Г. Фактор производства, включающий в себя произведенные человеком средства производства: станки, оборудование, производственные здания, инструменты, сырье, полуфабрикаты и т. п.</p> <p>Д. Ситуация, когда ресурсов недостаточно, чтобы удовлетворить потребности людей.</p> <p>Е. График, показывающий те сочетания экономических благ, которые могут быть произведены при наличных факторах производства и неизменном уровне научно-технического прогресса.</p> <p>Ж. Ресурсы, которые используются людьми для производства потребительских товаров и услуг и для производства новых ресурсов</p> <p>З. Фактор производства, включающий в себя людей с их физическими и умственными способностями, которые используются в процессе создания экономических благ.</p> <p>И. То, чем пришлось пожертвовать, совершая выбор, наилучший из отвергнутых вариантов.</p> <p>К. Блага, имеющиеся в неограниченном количестве и получаемые людьми бесплатно.</p>	<p>3. Свободные блага</p> <p>4. Факторы производства</p> <p>5. Земля</p> <p>6. Капитал</p> <p>7. Труд</p> <p>8. Рациональное поведение</p> <p>9. КПВ</p> <p>10. Альтернативная стоимость</p>
---	--

Тема 2 «Экономические особенности СМИ и «новых медиа». ПК-4.1.

Вопросы для устного опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Какова роль рекламы в журнальном бизнесе?
2.	Какие затраты в телевизионной индустрии растут в связи с ростом конкуренции за зрителя?
3.	Перечислите бизнес-модели онлайн-СМИ
4.	Какие факторы оказывают наиболее значительное влияние на экономику радио?

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

- Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
- Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
- Выбрать один верный ответ.
- Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тестовые вопросы:

- Какое утверждение лучше всего описывает основное отличие экономической модели "новых медиа" от традиционных СМИ?
 - "Новые медиа" полностью зависят от государственных субсидий.
 - "Новые медиа" больше ориентированы на монетизацию печатного контента.
 - "Новые медиа" часто используют модель freemium (частично бесплатный контент) и rely on пользовательский контент.
 - Традиционные СМИ лучше умеют использовать данные пользователей для таргетинга.

2. Какой из перечисленных факторов оказывает наибольшее влияние на снижение доходов традиционных СМИ в последние годы?
- Увеличение стоимости печатного производства.
 - Изменение законодательства в сфере СМИ.
 - Переход аудитории и рекламодателей в онлайн-среду (к "новым медиа").
 - Снижение квалификации журналистов.
3. Что такое "программатик-реклама" и как она связана с экономикой "новых медиа"?
- Реклама в печатных изданиях, размещаемая по фиксированным ценам.
 - Автоматизированная закупка и продажа рекламы в режиме реального времени, основанная на данных о пользователях. Ключевой источник дохода для многих "новых медиа".
 - Реклама, оплачиваемая за счет государственных субсидий.
 - Реклама, размещаемая только в телеэфире.
4. Какое из этих определений лучше всего описывает термин "платный контент" ("paywall") в контексте "новых медиа"?
- Бизнес-модель, где доступ к части или всему контенту предоставляется только после оплаты подписки.
 - Любой контент, который содержит рекламу.
 - Контент, созданный исключительно пользователями.
 - Контент, распространяемый бесплатно, но с обязательной регистрацией.
5. Какая бизнес-модель чаще всего используется блогерами и независимыми контент-мейкерами в "новых медиа"?
- Полная зависимость от традиционной рекламы.
 - Только государственные гранты.
 - Сочетание различных источников дохода, таких как реклама, спонсорство, партнерские программы, донаты и продажа товаров/услуг.
 - Исключительно платный контент с жестким paywall.

Практическое задание:

Задание 1.

Рассчитайте темпы прироста аудитории читателей интернет-журнала «Экономист» по следующим данным:

Показатель	2021	2022	2023	2024	2025	Абсолютн. изменение, 2025-2021гг.	Темп прироста, 2025/2021 гг.
Читательская аудитория журнала «Экономист», тыс. чел.	560	680	715	658	697		

Тема 3 «Финансирование медиапредприятия». ПК-4.1.

Вопросы для устного опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Себестоимость медиапроекта
2.	Источники финансирования медиапроектов

3.	Государственная поддержка СМИ.
----	--------------------------------

Тестовые задания с инструкцией по выполнению:

1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.
2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.
3. Выбрать один верный ответ.
4. Записать только букву выбранного варианта ответа.

Тестовые вопросы:

1. Какой источник финансирования медиапредприятия чаще всего считается внешним?
 - а) Прибыль от основной деятельности.
 - б) Амортизационные отчисления.
 - в) Кредит в банке.
 - г) Средства, полученные от продажи активов.
2. Что такое краудфандинг в контексте финансирования медиапроектов?
 - а) Привлечение государственных субсидий.
 - б) Получение финансирования от крупного инвестора.
 - в) Сбор средств через онлайн-платформы от большого количества людей (обычно небольшими суммами).
 - г) Выпуск и продажа акций медиакомпаний.
3. Какой вид финансирования наименее подвержен влиянию экономических циклов?
 - а) Рекламные доходы.
 - б) Банковские кредиты.
 - в) Государственные гранты (при стабильной политической ситуации).
 - г) Инвестиции венчурных фондов
4. В чем заключается основное отличие грантового финансирования от инвестиционного?
 - а) Гранты всегда выдаются на более короткий срок.
 - б) Гранты не требуют возврата средств и доли в прибыли, инвестиции требуют.
 - в) Гранты выдаются только государственным медиа.
 - г) Инвестиции всегда больше по сумме, чем гранты.
5. Что такое "посевное финансирование" (seed funding) в контексте стартапов в сфере медиа?
 - а) Финансирование, выделяемое на ранней стадии развития проекта для проверки идеи и создания прототипа.
 - б) Крупные инвестиции от венчурных фондов на этапе масштабирования бизнеса.
 - в) Государственные субсидии для поддержки традиционных СМИ.
 - г) Финансирование, полученное за счет продажи акций компании на бирже.

Практическое задание:

Задание 1.

Небольшой онлайн-журнал о путешествиях "Вокруг света за чашкой кофе" начал свою работу в начале года. Они планируют привлечь доход в основном за счет рекламы. В январе их доход от рекламы составил 5000 рублей. Каждый месяц они планируют увеличивать свой рекламный доход на 15% по сравнению с предыдущим месяцем. Какой рекламный доход они планируют получить в марте?

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	х	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Темы 1-2.

Вопросы для опроса:

№ п.п.	Содержание вопроса
1.	Как экономические факторы, такие как концентрация собственности в медиаиндустрии, влияют на разнообразие и качество информации, доступной обществу?
2.	Какие модели финансирования СМИ, например, реклама, подписки, государственная поддержка, оказывают наибольшее влияние на редакционную независимость и объективность новостей?
3.	Каким образом развитие цифровых технологий и новых медиаплатформ меняет экономическую модель традиционных СМИ и влияет на занятость в этой отрасли?
4.	Что такое медиарынок и какие основные элементы его формируют? Приведите примеры конкретных медиапродуктов и услуг, функционирующих на современном медиарынке.
5.	Какие ключевые особенности отличают медиарынок от других типов рынков, например, рынка товаров широкого потребления или финансовых рынков?
6.	В чём заключаются ключевые экономические различия между традиционными СМИ (телевидение, радио, печатные издания) и "новыми медиа" (онлайн-платформы, социальные сети, блоги) с точки зрения источников доходов и структуры затрат?

7.	Каким образом распространение "новых медиа" повлияло на рекламные рынки и перераспределение рекламных бюджетов между традиционными и цифровыми каналами?
8.	Какие новые бизнес-модели возникли в "новых медиа" (например, freemium, подписки, краудфандинг) и как они влияют на доступность и качество контента для потребителей?
9.	Как глобализация и цифровизация влияют на структуру и динамику медиарынка?

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100/отлично	Обучающийся полно излагает материал (отвечает на вопрос), дает правильное определение основных понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только из учебника, но и самостоятельно составленные; излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка.
65-84/хорошо	Обучающийся дает ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки «отлично», но допускает 1–2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1–2 недочета в последовательности и языковом оформлении излагаемого.
55-64/удовлетворительно	Обучающийся обнаруживает знание и понимание основных положений данной темы, но излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке правил; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого.
0-54/неудовлетворительно	Обучающийся обнаруживает незнание вопроса, допускает ошибки в формулировке определений и правил, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.

К-2.

Темы 1-3.

Контрольные задания:

Задание 1.

Вы планируете запустить онлайн-журнал, посвященный культуре и искусству вашего города. Для этого вам необходимо оценить потребность в финансировании на первый год работы.

Предположим, что ваши затраты на первый год работы включают:

- Разработка и поддержка сайта: 500 000 рублей
- Зарплата команды (3 человека): 2 400 000 рублей в год (800 000 рублей на человека)
- Маркетинг и продвижение: 300 000 рублей (включая SMM, контекстную рекламу, PR)
- Аренда офиса (небольшой): 600 000 рублей в год
- Прочие расходы (канцелярия, связь, юридические услуги): 100 000 рублей

Предполагаемые доходы на первый год работы:

- Реклама: 600 000 рублей.
- Спонсорские контракты: 500.000 рублей.

- Продажа контента/подписка: 700.000 рублей.

Вопросы:

- 1) Рассчитайте общую сумму расходов и общую сумму доходов на первый год работы онлайн-журнала.
- 2) Определите, какой объем финансирования вам потребуется, чтобы покрыть разницу между доходами и расходами.
- 3) Какие источники финансирования вы могли бы рассмотреть для покрытия этой разницы?

Задание 2.

Вы планируете запустить небольшую онлайн-радиостанцию, ориентированную на местную музыкальную сцену. Предварительно, вы собрали следующую информацию о планируемых затратах и потенциальных доходах.

Затраты (в год):

- Зарплата персонала (диджеи, технический персонал, менеджер по продажам): 3 000 000 рублей
- Лицензионные отчисления (авторские права на музыку): 500 000 рублей
- Хостинг и техническая поддержка сайта: 200 000 рублей
- Маркетинг и реклама (продвижение в социальных сетях, реклама в местных СМИ): 400 000 рублей
- Прочие расходы (оборудование, канцтовары, юридические услуги): 100 000 рублей

Доходы:

- Основной источник дохода - продажа рекламного времени.
- Средняя стоимость 30-секундного рекламного ролика: 500 рублей.
- Предполагается, что в среднем в час будет транслироваться 6 рекламных роликов.
- Радиостанция будет вещать 24 часа в сутки, 365 дней в году.

Вопросы:

- 1) Рассчитайте общую сумму годовых затрат радиостанции.
- 2) Определите, какой годовой доход необходимо получить радиостанции, чтобы выйти на безубыточность (точка безубыточности).
- 3) Рассчитайте, какое количество рекламных роликов в год необходимо продать, чтобы выйти на безубыточность.

Задание 3.

Вы хотите запустить собственный подкаст на тему "Интересные факты о животных". У вас есть базовое оборудование (микрофон, компьютер, наушники) и энтузиазм.

Составьте план запуска подкаста, ответив на следующие вопросы:

- 1) Цель подкаста: какую основную задачу вы хотите решить подкастом? (например, привлечь новую аудиторию к вашему блогу, монетизировать контент, делиться знаниями)
- 2) Целевая аудитория: кто ваша идеальная аудитория? (возраст, интересы, уровень знаний о животных)
- 3) Формат подкаста: каким будет формат? (интервью с экспертами, сольные выпуски с рассказом фактов, обсуждение новостей из мира животных)

- 4) Название подкаста: предложите 3 варианта названия, которые будут привлекательными и отражать суть контента.
- 5) План продвижения первых 3-х эпизодов: как вы будете продвигать каждый из первых трех эпизодов? (перечислите минимум 3 способа продвижения для каждого эпизода)

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

Диапазон баллов	Описание критерия
85-100/отлично	Обучающимся задание выполнено без ошибок и в полном объеме.
65-84/хорошо	Обучающимся в целом задание выполнено, имеются отдельные неточности или недостаточно полные ответы, не содержащие ошибок.
55-64/удовлетворительно	Обучающимся допущены отдельные ошибки при выполнении задания
0-54/неудовлетворительно	У обучающегося отсутствуют ответы на большинство вопросов задачи, задание не выполнено или выполнено неверно.

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий *(при необходимости)*.

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме зачета.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1 «Экономика и медиасистема». ПК-4.1.

1. Задания открытого типа

1.1 Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Как экономическая структура общества (уровень развития, распределение богатства, доминирующие экономические отношения) влияет на структуру, содержание и функционирование медиасистемы?
2.	Каким образом глобализация влияет на экономику и структуру медиасистем отдельных стран?
3.	Какие существуют экономические модели финансирования современных медиа (как традиционных, так и "новых") и каковы их преимущества и недостатки с точки зрения независимости, качества контента и доступности для аудитории?

4.	Какую роль играет государственное регулирование в экономике медиасистемы? Какие формы регулирования существуют и каковы их потенциальные последствия для свободы слова, конкуренции и разнообразия медиа?
----	---

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой из этих факторов наиболее вероятно приведет к снижению независимости журналистики в стране? а) Увеличение числа частных медиакомпаний. б) Рост популярности социальных сетей как источника новостей. в) Значительная зависимость медиа от государственного финансирования. г) Принятие строгих законов о защите персональных данных.		
2.	Какой экономический тренд в медиа наиболее способствует распространению "фейковых новостей" и дезинформации? а) Концентрация собственности в медиаиндустрии. б) Рост числа платных подписок на новостные издания. в) Увеличение рекламных доходов традиционных СМИ. г) Снижение стоимости создания и распространения контента в интернете.		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ
1.	Какой из этих факторов наиболее сильно влияет на стоимость рекламы в медиа? а) Количество журналистов, работающих в издании. б) Наличие у медиа лицензии на вещание. в) Размер аудитории медиа и ее демографические характеристики. г) Использование медиа только самых современных технологий.	

2.	<p>Что такое "монетизация контента" в медиаиндустрии?</p> <p>а) Процесс создания вирусного контента.</p> <p>б) Преобразование контента в источник дохода.</p> <p>в) Удаление нежелательного контента из интернета.</p> <p>г) Перевод контента на иностранные языки.</p>	
3.	<p>Что из перечисленного менее вероятно приведет к экономическому кризису в медиакомпаниях?</p> <p>а) Снижение рекламных доходов.</p> <p>б) Потеря ключевых сотрудников.</p> <p>в) Увеличение инвестиций в развитие новых технологий.</p> <p>г) Повышение себестоимости производства контента.</p>	
4.	<p>Что из перечисленного является примером "краудфандинга" в медиа?</p> <p>а) Размещение рекламы в социальных сетях.</p> <p>б) Привлечение финансирования от крупного инвестора.</p> <p>в) Сбор добровольных пожертвований от аудитории для поддержки медиапроекта.</p> <p>г) Получение государственного гранта на развитие СМИ.</p>	

Тема 2 «Экономические особенности СМИ и «новых медиа»». ПК-4.1.

1. Задания открытого типа

1.1 Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Сравните экономические модели традиционных СМИ (газеты, телевидение, радио) и «новых медиа» (онлайн-издания, блоги, социальные сети). Какие ключевые различия в источниках доходов, структуре затрат и способах монетизации контента существуют между ними?
2.	Влияние алгоритмов социальных сетей на экономику «новых медиа». Как алгоритмы влияют на охват аудитории, монетизацию контента и конкуренцию между различными медиаплатформами?
3.	Рассмотрите феномен "экономики внимания" в контексте современных СМИ. Как борьба за внимание аудитории влияет на контентную политику, бизнес-модели и качество журналистики?

1.2. Контрольное задание:

Задание 1.

Небольшое онлайн-издание "Новостной Ветер" планирует запуск платной подписки на свой эксклюзивный контент. Они провели исследование и выяснили, что при цене подписки в 500 рублей в месяц, они смогут привлечь 500 подписчиков. Однако,

они также знают, что каждый подписчик в среднем приносит им дополнительный доход от рекламы в размере 100 рублей в месяц.

Вопросы:

- 1) Рассчитайте общую выручку "Новостного Ветра" от подписки в месяц.
- 2) Рассчитайте общую выручку от рекламы, генерируемой подписчиками, в месяц.
- 3) Какова общая месячная выручка "Новостного Ветра" с учетом подписки и рекламы, связанной с подписчиками?

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какая модель финансирования наиболее характерна для "новых медиа" в отличие от традиционных СМИ? а) Зависимость от крупных рекламодателей. б) Финансирование за счет государственных субсидий. в) Модель freemium (частично бесплатный контент с платным премиум-доступом). г) Преимущественно продажа печатных копий издания.		
2.	Какой фактор оказывает наибольшее влияние на снижение барьеров входа на медиарынок для "новых медиа", по сравнению с традиционными СМИ? а) Наличие квалифицированных журналистов и редакторов. б) Разветвленная сеть распространения контента. в) Необходимость получения лицензии на вещание. г) Низкая стоимость производства и распространения контента в цифровом формате.		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ
1.	Наиболее распространенный метод монетизации контента в "новых медиа"	

	а) Продажа прав на экранизацию. б) Доходы от печатных тиражей. в) Реклама и спонсорство. г) Государственные гранты.	
2.	Что из перечисленного обычно является наибольшей статьей расходов для традиционного газетного издательства? а) Зарплата журналистов. б) Оплата работы дизайнеров. в) Расходы на печать и распространение. г) Маркетинговые расходы.	
3.	Какая бизнес-модель наиболее соответствует онлайн-платформе, позволяющей пользователям создавать и делиться видеоконтентом (например, YouTube)? а) Продажа контента по подписке. б) Спонсорство со стороны крупных компаний. в) Разделение рекламных доходов с создателями контента. г) Финансирование за счет государственных субсидий.	
4.	Какой фактор позволяет "новым медиа" таргетировать рекламные сообщения более точно, чем традиционным СМИ? а) Более широкий охват аудитории. б) Использование более современных печатных технологий. в) Более высокий уровень доверия аудитории к онлайн-контенту. г) Сбор и анализ данных о пользователях.	

Тема 3 «Финансирование медиапредприятия». ПК-4.1.

1. Задания открытого типа

1.1 Вопросы открытого типа.

№ п.п.	Вопрос
1.	Какие ключевые факторы следует учитывать при определении оптимального сочетания источников финансирования для медиапредприятия, и как эти факторы влияют на выбор между коммерческими моделями (реклама, подписка) и некоммерческими (гранты, пожертвования)?
2.	Какие существуют стратегии диверсификации доходов для медиапредприятий, и как их можно применять для смягчения рисков, связанных с зависимостью от одного основного источника финансирования (например, рекламных поступлений)?
3.	Какие особенности привлечения инвестиций в медиастартап на ранних стадиях его развития, и какие инструменты (бизнес-ангелы, венчурные фонды, краудфандинг) наиболее подходят для финансирования медиапроектов на разных этапах?
4.	Как медиапредприятия могут использовать блокчейн-технологии и криптовалюты для улучшения своих финансовых моделей и укрепления отношений с аудиторией?

2. Задания комбинированного типа:

2.1. Тестовые задания с обоснованием выбора.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ	Аргументы, обосновывающие выбор ответа
1.	Какой из перечисленных способов наиболее эффективен для обеспечения редакционной независимости медиапредприятия? а) Зависимость от государственного финансирования. б) Привлечение крупных инвестиций от одного инвестора. в) Диверсификация источников финансирования, включая краудфандинг и подписку. г) Полная зависимость от рекламных доходов.		
2.	Какой из следующих факторов наиболее важен для привлечения венчурных инвестиций в медиастартап на ранней стадии? а) Наличие большого штата опытных журналистов. б) Наличие лицензии на вещание. в) Четко сформулированная редакционная политика. г) Наличие масштабируемой бизнес-модели и потенциал быстрого роста аудитории.		

3. Задания закрытого типа.

3.1. Тестовые задания.

№ п.п.	Содержание задания	Правильный ответ
1.	Какой источник финансирования чаще всего является основным для коммерческих онлайн-новостных изданий? а) Государственные субсидии б) Пожертвования от читателей в) Реклама г) Продажа прав на экранизацию	
2.	Какая модель оплаты контента наиболее характерна для стриминговых платформ, таких как Netflix или Spotify? а) Pay-per-view (оплата за каждый просмотр)	

	б) Подписка (фиксированная плата за доступ к контенту) в) Пожертвования от пользователей г) Спонсорство со стороны брендов	
3.	Какой тип финансирования наиболее подходит для нишевого медиа, ориентированного на узкую аудиторию с высоким уровнем дохода? а) Баннерная реклама б) Контекстная реклама в) Платные подписки и эксклюзивный контент г) Массовая рассылка спама	
4.	Какая цель привлечения инвестиций на стадии финансирования медиастартапа? а) Выплата дивидендов акционерам б) Выкуп акций у основателей в) Разработка прототипа продукта и тестирование гипотез г) Захват доминирующей доли рынка	

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС².

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40/зачтено
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39/зачтено
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29/зачтено
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей,</i>	0-19/незачтено

² БРС при изучении данной дисциплины не применяется

<p><i>обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i></p>	
---	--

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Для решения контрольных заданий обучающемуся разрешается использование калькулятора.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

Процесс освоения дисциплины складывается из лекционных и практических занятий, а также самостоятельной работы обучающихся. К формам самостоятельной работы относятся подготовка к практическим занятиям, подготовка к тестированию и пр.

Практическое занятие подразумевает решение типовых задач, разбор определенных ситуаций. В занятии участвует вся группа, поэтому задание распределяется на весь коллектив. При подготовке к практическим занятиям следует активно пользоваться справочной (энциклопедиями, словарями и пр.) и научной литературой, периодическими изданиями.

Подготовка к тестам контроля знаний требует от обучающихся тщательного изучения материала по теме или блоку.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины, а также с разрешения преподавателя калькуляторами. Время подготовки ответа при сдаче зачета/экзамена должно составлять 30-40 минут (по желанию обучающегося время подготовки ответа может быть сокращено).

Студенту необходимо внимательно изучить вопросы к зачету/экзамену, структурировать теоретический материал, составить план его представления. Исследуемый вопрос излагать с позиции значения для профессиональной деятельности. При этом важно показать знание не только теории вопроса, но и практическое применение.

Результат по сдаче зачета/экзамена объявляется студенту после ответа, вносится в зачетную/экзаменационную ведомость и зачетную книжку.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. Основная литература

1. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ : учебник для вузов / В. Л. Иваницкий. — 3-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 239 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-08351-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561544>
2. Экономическая теория : учебник для вузов / под общей редакцией В. Ф. Максимовой. — 4-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 538 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-21338-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/569733>

3. Синицкая, Н. Я. Финансовый менеджмент : учебник и практикум для вузов / Н. Я. Синицкая. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 176 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18865-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561741>

8.2. Дополнительная литература

1. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18979-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561180>

2. Иванова, И. А. Менеджмент : учебник и практикум для среднего профессионального образования / И. А. Иванова, А. М. Сергеев. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 327 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18492-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/561942>

3. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/568752>

8.3 Нормативные правовые документы и иная правовая информация

1. Бюджетный кодекс Российской Федерации от 31.07.1998 № 145-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19702/.

2. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть первая) от 31.07.1998 № 146-ФЗ (ред. от 18.07.2017) [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_19671/.

3. Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) от 05.08.2000 № 117-ФЗ (ред. от 29.07.2017) [электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_28165/.

4. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 13.06.2023) "О средствах массовой информации"[Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс». — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/.

5. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 10.07.2023) [Электронный ресурс] // Справочная правовая система «Консультант плюс». — URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/

8.4 Интернет-ресурсы Не предусмотрены.

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

Алтайский филиал РАНХиГС имеет комплексное современное материально-техническое оснащение, призванное поддерживать разные форматы обучения и позволяющее кардинально трансформировать учебный процесс, выходя далеко за пределы традиционной лекционной модели. Филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических

занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов, а также специализированными помещениями, такими как электронный зал для самостоятельной работы.

Оснащение учебных аудиторий и иных помещений в Алтайском филиале РАНХиГС представлено современными технологиями и оборудованием, включая интерактивные панели и доски, системы видеоконференцсвязи, звуковое оборудование и высокоскоростной Wi-Fi, проекторы или ЖК-панели, а также удобную и эргономичную мебель. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением. При реализации дисциплины Б1.В.ДВ.10.02 «Основы медиаэкономики» используются следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы: Microsoft Office, Microsoft Windows, КонсультантПлюс, Гарант.