

**Комплект оценочных материалов по дисциплине
«Экономика СМИ и организация медиапроизводства»**

Задания закрытого типа

Задания закрытого типа на выбор правильного ответа

Выберите один правильный ответ.

1. Журналистская информация (выбрать правильный тезис):

А) это продукт духовного производства, создаваемый с целью воздействия на сознание человека, побуждения его к определенной деятельности, изменения его представлений о мире или просто для лучшей его ориентации в тех жизненных ситуациях, в которых он находится

Б) поступая на рынок, становится товаром

В) обладает потребительской стоимостью

Г) все ответы верны

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): УК-9

2. Производителем информации является:

А) журналист

Б) любое средство массовой информации

В) редакция

Г) электронные СМИ

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-9

3. Информационный рынок – это...

А) пространство, в котором происходит обмен между производителями товара – его продавцами и его потребителями – покупателями

Б) отношение между людьми по поводу использования экономических благ, закрепленных законодательно в нормах права

В) совокупность организационных механизмов, с помощью которых происходит распределение ограниченных ресурсов общества для удовлетворения потребностей людей

Г) удовлетворение потребностей людей

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-9

4. Факторы, которые влияют на развитие и информационного рынка:

А) закон соответствия спроса и предложения

Б) закон стоимости

В) воспроизводительное потребление

Г) все ответы верны

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): УК-9

5. К методам (приемам) финансового менеджмента относят:

А) бюджетирование, финансовый анализ и менеджмент привлечения заемных средств

Б) менеджмент размещения свободных средств и инвестиционный менеджмент

В) эмиссию, менеджмент капитала, банкротство и антикризисное управление

Г) все перечисленные варианты верны

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): УК-9

6. В соответствии со ст.13 Налогового кодекса Российской Федерации к федеральным налогам и сборам относят:

А) налог на добавленную стоимость (НДС)

Б) налог на прибыль организаций

В) налог на доходы физических лиц

Г) НДС, налог на прибыль организаций, налог на доходы физических лиц

Правильный ответ: Г

Компетенции (индикаторы): УК-9

7. В соответствии со ст.13 Налогового кодекса Российской Федерации к местным налогам и сборам относят:

А) земельный налог

Б) налог на прибыль организаций

В) налог на доходы физических лиц

Г) НДС

Правильный ответ: А

Компетенции (индикаторы): УК-9

Задания закрытого типа на установление соответствия

Установите правильное соответствие. Каждому элементу левого столбца соответствует только один элемент правого столбца.

1. Установите соответствие между понятиями и их дефинициями.

Цель	Описание
1) Сегмент рынка	А) Часть рынка, отличающаяся от других его частей какой-то общей для нее особенностью, общим признаком
2) Позиционирование издания	Б) Часть рынка, отличающаяся от

- других его частей какой-то общей для нее особенностью, общим признаком
- 3) Вертикальная ниша редакционно-издательского маркетинга
- В) Производство продукции, которой могут пользоваться различные группы ее потребителей

Правильный ответ: 1-В, 2-А, 3-Б

Компетенции (индикаторы): УК-9

2. Установите соответствие между понятиями и их дефинициями.

Показатели оценки	Характеристика
1) Точка безубыточности	А) Состояние, при котором величина выручки от реализации произведенного продукта, услуг равна произведенным издержкам
2) Единица продукции	Б) Продукт, услуга, завершенная технологически, готовая к продаже потребителю, позволяющая калькулировать себестоимость с выделением постоянных и переменных издержек и добавленной стоимости
3) Логистика	В) Совокупность действий по управлению информационными, финансовыми и материальными потоками фирмы в оптимальном с точки зрения ее экономики режиме

Правильный ответ: 1-А, 2-Б, 3-В

Компетенции (индикаторы): УК-9

Задания закрытого типа на установление правильной последовательности

Установите правильную последовательность. Запишите правильную последовательность букв слева направо.

1. Расположите по важности экономические принципы редакционной деятельности:

- А) обеспечения конкурентоспособности издания
- Б) принцип прибыльности периодического издания
- В) экономической достаточности (разумной экономии)

Правильный ответ: Б, А, В

Компетенции (индикаторы): УК-9

2. Установите правильную последовательность этапов производственного процесса в СМИ:

- А) подбор команды
- Б) разработка концепции программы

- В) съемка/производство контента
Г) распространение контента
Д) постпродакшен (монтаж, обработка)
Правильный ответ: Б, А, В
Компетенции (индикаторы): УК-9

Задания открытого типа

Задания открытого типа на дополнение

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Особый вид редакционной деятельности, связанной с продвижением периодического издания на рынок, направленной на обеспечение существования этого издания и на удовлетворение информационных потребностей его читателей, телезрителей или радиослушателей называется _____.

Правильный ответ: редакционно-издательский маркетинг
Компетенции (индикаторы): УК-9

2. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Денежное выражение стоимости товара, которое охватывает как просто стоимость, измеряемую затратами труда, необходимого для производства товара, так и потребительскую стоимость, означающую способность удовлетворять потребности покупателя, называется _____.

Правильный ответ: цена товара
Компетенции (индикаторы): УК-9

3. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Средства, которые остаются у редакции после того, как из суммы доходов редакции вычли ее расходы называется _____.

Правильный ответ: прибыль редакции
Компетенции (индикаторы): УК-9

4. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Рабочий документ, определяющий цели и важнейшие направления деятельности коллектива, формы и методы решения стоящих перед ним задач, условия обеспечения планируемых результатов называют _____.

Правильный ответ: бизнес-планом
Компетенции (индикаторы): УК-9

5. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Деятельность, связанная с экономическим управлением редакцией или компанией, называется _____.

Правильный ответ: редакционный менеджмент
Компетенции (индикаторы): УК-9

6. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

Сбор, регистрация и обобщение всей информации, необходимой руководству компании для принятия управленческих решений, называется _____.

Правильный ответ: учет
Компетенции (индикаторы): УК-9

7. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

В процессе конкуренции одно из изданий в конце концов одерживает верх и вытесняет всех своих соперников с рынка. Это приводит к возникновению ситуации, которая называется _____.

Правильный ответ: монополия
Компетенции (индикаторы): УК-9

Задания открытого типа с кратким свободным ответом

Напишите пропущенное слово (словосочетание).

1. Напишите пропущенное слово (словосочетание):

К классификационным признакам сегментирования рынка покупателей относятся: пол, возраст, национальность, интересы, профессия, _____.

Правильный ответ: социальный статус
Компетенции (индикаторы): УК-9

2. Ответьте на вопрос:

Перечислите цели редакционно-издательского маркетинга.

Время выполнения – 5 мин.

Правильный ответ:

Первая – удовлетворение информационных потребностей и запросов аудитории периодического издания

Вторая – создание условий для продвижения периодического издания на рынок

Третья – обеспечение существования периодического издания и его редакции

Компетенции (индикаторы): УК-9

Задания открытого типа с развернутым ответом

1. Дайте развернутый ответ на вопрос:

Раскройте сущность рынка информации и идей.

Время выполнения – 25 мин.

Критерии оценивания: наличие в ответе ключевых смысловых элементов:

- спрос
- предложение
- информация
- дефицит информации
- обработка информации
- потребность
- сегмент рынка

Ожидаемый результат:

Для рынка информации и идей характерно состояние постоянного дефицита информации. Спрос здесь всегда превышает предложение. Редакции различных СМИ испытывают непрерывную потребность в различной информации – событийной, новостной и в комментирующей, аналитической. В соответствии с их запросами на рынок поступает информационный товар различных видов и из разных источников. Самый большой сегмент этого рынка составляет журналистская информация – политическая и экономическая, культурная и развлекательная. Важнейшую ее часть дают сотрудники самих редакций, остальное – вне редакционные авторы и структуры. Соотношение этих частей и объемы разных видов информации зависят от размера редакционного коллектива, организации его работы и умения использовать различные новостные источники. Если для крупных общенациональных газет большую часть информации доставляют журналисты редакции и собственные корреспонденты, то многие местные издания получают основную часть информации о событиях вне границ того города и региона, где они распространяются, у информационных агентств. А для последних важнейший источник информации – их сотрудники и собственные корреспонденты.

Другой сегмент этого рынка – разнообразная социальная нежурналистская информация: научная, статистическая (ее поставляют научные учреждения, ученые, статистические органы), техническая, производственная (ее получают в конструкторских бюро и на предприятиях), военная и криминальная (ее снабжают военные организации и органы правопорядка). Большую часть всей этой информации в редакциях подвергают обработке – научную популяризируют, статистическую сводят в таблицы и комментируют, стремясь обеспечить ее восприятие и т. п.

Компетенции (индикаторы): УК-9

Экспертное заключение

Представленный комплект оценочных материалов по дисциплине «Экономика СМИ и организация медиапроизводства» соответствует требованиям ФГОС ВО.

Предлагаемые оценочные материалы адекватны целям и задачам реализации основной профессиональной образовательной программы по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации.

Виды оценочных средств, включенные в представленный фонд, отвечают основным принципам формирования ФОС.

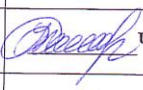
Разработанные и представленные для экспертизы оценочные материалы рекомендуются к использованию в процессе подготовки обучающихся по указанному направлению подготовки.

Председатель учебно-методической комиссии
института философии



С. А. Пидченко

Лист изменений и дополнений

№ п/п	Виды дополнений и изменений	Дата и номер протокола заседания кафедры (кафедр), на котором были рассмотрены и одобрены изменения и дополнения	Подпись (с расшифровкой) заведующего кафедрой (заведующих кафедрами)
1	Дополнен комплектом оценочных материалов	«14» января 2025 г., протокол № 10	 Чумаченко Г.В.