

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»

Факультет филологии и журналистики

Кафедра русской и зарубежной литературы, журналистики

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета



С. С. Худяков

«21» января 2021 г.

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА**

по дисциплине Б1.В.4 Менеджмент в средствах массовой информации

Направление подготовки/специальность: 42.03.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Современные средства массовой информации

Уровень высшего образования: бакалавриат

Квалификация: Бакалавр

год набора: 2020

**Автор программы:**

Мирошник Максим Андреевич

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 524).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры русской и зарубежной литературы, журналистики «15» января 2021 г. Протокол № 5

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Факультета филологии и журналистики, Протокол от «21» января 2021 г. № 5.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавра.....	5
3. Объем и содержание дисциплины.....	5
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	9
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	14
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	15

## 1. Цели и задачи дисциплины

### 1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

### 1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- редакторский

### 1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

### 1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	Участвует в командной работе по выполнению поручений
- В/04.7 Установление и поддержание контактов с внешней средой	ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в продвижении публикации

### 1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

УК-3 Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения					
		Очная (семестр)			Заочная (семестр)		
		1	2	3	1	2	3
1	Введение в проектную деятельность		+			+	
2	Основы эффективного менеджмента			+			+
3	Педагогика и психология	+			+		

ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения							
		Очная (семестр)			Заочная (семестр)				
		5	7	8	5	7	8	9	
1	Дизайн средств массовой информации	+			+				
2	Основы рекламы и паблик рилейшнз		+	+		+	+		
3	Преддипломная практика			+				+	

## 2. Место дисциплины в структуре ОП бакалавриата:

Дисциплина «Менеджмент в средствах массовой информации» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.03.02 - Журналистика.

Дисциплина «Менеджмент в средствах массовой информации» изучается в 5 семестре.

## 3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 6 з.е.

Очная: 6 з.е.

Заочная: 6 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Заочная (всего часов)
<b>Общая трудоёмкость дисциплины</b>	<b>216</b>	<b>216</b>
Контактная работа	86	18
Лекции (Лекции)	34	6
Практические (Практ. раб.)	52	12
Самостоятельная работа (СР)	94	189
Экзамен	36	9

## 3.2. Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	З	О	З	О	З	
5 семестр								
1	Редакция СМИ как юридическое лицо. Учредители СМИ: их права и обязанности.	10	2	10	3	24	40	Контрольная работа

2	Журналистская информация как товар. Информационный рынок.	4	1	10	2	18	35	Выполнение практических заданий
3	Финансовый капитал на информационном рынке России. Редакционно-издательский маркетинг.	8	1	8	2	16	38	Выполнение практических заданий
4	Планирование и методы маркетинга. Службы маркетинга.	4	1	10	2	14	36	Реферат
5	Финансовая политика редакции СМИ.	8	1	14	3	22	40	Тестирование

### **Тема 1. Редакция СМИ как юридическое лицо. Учредители СМИ: их права и обязанности. (УК-3)**

#### **Лекция.**

Понятие «Юридическое лицо». Порядок регистрации СМИ как юридического лица. Учредитель, соучредители СМИ, их права и обязанности. Учредитель — физическое ли-цо. Учредитель — юридическое лицо. Свидетельство о регистрации СМИ. Спонсор СМИ, отличие спонсора от учредителя. Учредительный договор как документ, закрепляющий отношения между соучредителями. Устав редакции СМИ; его основные положения. Права и обязанности соучредителей. По-ложения Устава редакции СМИ о финансово-хозяйственной деятельности редакции, о правах и обязанностях соучредителей, о распределении прибыли (условной или реаль-ной), о порядке выхода из состава соучредителей, о закрытии СМИ и др.

#### **Практическое занятие.**

- 1 Создание расчетной ведомости условного СМИ.
- 2 Расчет бюджета и баланса издания, определение его структуры.
- 3 Изучение расходной части бюджета.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Общередакционные расходы: фонд оплаты труда, фонд материального поощрения, фонд социального развития, резервный фонд.
2. Издательские расходы: литературный гонорар, производственные расходы, расходы по распространению и транспортировке, расходы на приобретение информации.

### **Тема 2. Журналистская информация как товар. Информационный рынок. (ПК-5)**

#### **Лекция.**

Журналистика как разновидность производства, специфика этого производства. Журна-листская информация как товар, обладающий стоимостью и потребительской стоимо-стью. Рыночные отношения между производителями журналистской информации и её потребителями. Товарная единица журналистской информации. Закономерности формирования информационного рынка. Факторы, влияющие на разви-тие информационного рынка: закон соответствия спроса и предложения; процесс воспро-изводительного потребления и др.

Структура информационного рынка. Две составляющих информационного рын-ка: ресурсный рынок и собственно информационный рынок. Структура ресурсного рын-ка: финансовый рынок, рынок рабочей силы, технический рынок, рынок материалов и др.

Структура собственно информационного рынка: рынок информации и идей, периодических изданий, распространителей, покупателей информации и др.

#### **Практическое занятие.**

1. Газетное и книжное направление издательской деятельности редакции.
2. Приложения как самостоятельные издания, приложения-вкладки.
3. Книжное направление издательской деятельности: опыт журнала «Огонёк», издательств газет «Известия», «Правда» и др.
4. Коммерческая деятельность редакции.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Выпуск приложений, типологические особенности приложений.
2. Внутри-редакционные коммерческие структуры: отдел рекламы, приложений, издательский отдел и др.
3. Продажа и аренда полос номера как форма коммерческой деятельности редакции.
4. Создание концепции конвергентного СМИ и верстака его бюджетной ведомости (в форме презентации).

### **Тема 3. Финансовый капитал на информационном рынке России. Редакционно-издательский маркетинг. (УК-3)**

#### **Лекция.**

Процесс концентрации средств массовой информации в России в 1990–2010 гг. как следствие развития рыночных отношений в экономике. Основные стадии монополизации СМИ: создание издательско-производственных объединений, издательских домов, концернов. Маркетинг как изучение рынка для продвижения товаров и услуг к их потребителю. Редакционно-издательский маркетинг как особый вид издательской деятельности. Цели редакционно-издательского маркетинга. Сегментация как основа изучения информационного рынка. Позиционирование как определение места СМИ в избранном рыночном сегменте. Исследование рынка покупателей информации как направление редакционно-издательского маркетинга. Изучение конкурентных СМИ, определение конкурентоспособности как одна из задач редакционно-издательского маркетинга.

#### **Практическое занятие.**

1. Опишите, каким образом вы используете основные элементы спирали рыночных отношений (потребность, желание, спрос, продукт, обмен и сделка) в следующих ситуациях:
  - при покупке чашки кофе через торговый автомат
  - при покупке машины
  - при покупке туристической путевки
2. На какой концепции управления основана деятельность следующих компаний?
  - компания занимается производством инструмента. Компания совершенствует свои технологии, сокращая тем самым издержки производства, чтобы снизить затем и цены;
  - компания занимается производством бытовой техники, постоянно совершенствуя свой товар. Менеджмент фирмы думает только о совершенствовании товарной политики, а не о спросе на него;
  - компания производит недорогой текстиль не самого высокого качества, однако продукция широко представлена в торговой сети;
  - компания занимается производством роликовых коньков. Новые модели компания разрабатывает на основе требований рынка;
  - строительная фирма занимается строительством нового торгового центра. На работу принимают только рабочих, имеющих прописку в данном городе.

#### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Опишите многоуровневую модель товара на примере.
2. Дайте характеристика рынку/товару на разных этапах жизненного цикла товара.

3. Выберите 5-6 торговых марок, представленных на одном рынке, проанализируйте показатели их силы (расшифровка показателей представлена ниже) и составьте рейтинг марок по уменьшению показателя силы.

#### **Тема 4. Планирование и методы маркетинга. Службы маркетинга. (ПК-5)**

##### **Лекция.**

Планирование маркетинга как определение целей, времени, очерёдность характера проведения маркетинговых мероприятий. Перспективное планирование, оперативное планирование. Маркетинговые прогнозы: общий и частный. Методы маркетинга: анкетирование, опросы, читательские конференции, «круглые столы», фестивали, конкурсы, реклама и др. Маркетинговая кампания. Структура службы маркетинга. Разделение труда в службе маркетинга; обязанности маркетолога. Определение бюджета маркетинга. Контроль за маркетинговой деятельностью как основа успешной редакционно-издательской деятельности.

##### **Практическое занятие.**

На сегодняшний день на Российском рынке существует несколько типов торговых марок. Приведите пример для каждой из категорий.

1. Дореволюционные бренды, существующие на отечественном рынке более ста лет
2. Советские бренды, сохранившиеся на рынке после распада СССР
3. Иностранные или мировые бренды
4. Псевдо отечественные бренды, которые используют на российском внутреннем рынке транснациональные компании
5. Псевдо иностранные российские бренды
6. Региональные бренды, известность которых ограничена несколькими регионами
7. Новые торговые марки известных брендов.

##### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Какие параметры оцениваются при неэкономическом контроле маркетинговой деятельности?
2. Что является целью стратегического контроля?
3. Почему контроль информации выделяется в самостоятельный вид контроля?
4. Чем контроль результатов отличается от маркетинг-аудита?
5. Какие параметры оцениваются при контроле мероприятий?
6. Какие управленческие решения могут быть приняты по результатам проведения контроля организационных процессов и структур?

#### **Тема 5. Финансовая политика редакции СМИ. (УК-3)**

##### **Лекция.**

Финансовая база СМИ. Уставной фонд (уставной капитал) редакции или кампании. Основные и оборотные фонды. Стартовый капитал. Дотация и спонсирование как финансовые источники.

##### **Практическое занятие.**

1. Бюджет и баланс редакции, их структура.
2. Методы разработки рекламной политики СМИ.
3. Ценовая политика СМИ.
4. Прибыль редакции. Балансовая и чистая прибыль. Интеллектуальная собственность как объект инновационного предпринимательства в области СМИ.

##### **Задания для самостоятельной работы.**

1. Понятие учредителя. Редакция, журналист, издатель, распространитель, их взаимные права и обязанности.
2. Доступ к информации: фактические возможности граждан и прессы.
3. Этика журналиста. Документы, регламентирующие этическую сферу журналистской деятельности. Профессиональная этика. Служебная этика. Социальная позиция журналиста.
4. Регулирование и контроль телерадиовещания.



#### 4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

##### 4.1. Распределение баллов:

##### 5 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 40 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов
- ответ на экзамене: не более 30 баллов

##### Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Редакция СМИ как юридическое лицо. Учредители СМИ: их права и обязанности.	Контроль ная работа	10	8-10 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично». 6-8 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо». 4-6 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно».
2.	Журналистская информация как товар. Информационный рынок.	Выполнение практических заданий	10	10 баллов – студент в полном объеме владеет теоретическим материалом по теме гипертекст, верно применяет свои знания на практике, использует терминологию сферы медиауправления. Задание выполнено без ошибок. 6 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме гипертекст, применяет свои знания на практике. Задание выполнено с недочетами. 4 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме гипертекст, но затрудняется с применением своих знаний на практике. Задание выполнено с ошибками.
3.	Финансовый капитал на информационном рынке России. Редакционно-издательский маркетинг.	<b>Выполнение практических заданий(контрольный срез)</b>	10	10 баллов – студент в полном объеме владеет теоретическим материалом по теме гипертекст, верно применяет свои знания на практике, использует терминологию сферы медиауправления. Задание выполнено без ошибок. 6 баллов – студент владеет теоретическим материалом по теме медиауправления, применяет свои знания на практике. Задание выполнено с недочетами. 4 балла – студент владеет теоретическим материалом по теме гипертекст, но затрудняется с применением своих знаний на практике. Задание выполнено с ошибками.

4.	Планирование и методы маркетинга. Службы маркетинга.	Реферат	20	<p>20 баллов – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике. Студент умеет сравнивать разные точки зрения; анализировать и правильно формулировать свои вопросы; сопоставлять полученную при подготовке к практическому занятию информацию; отвечать на задаваемые ему вопросы; способен вести дискуссию с использованием терминологии сферы медиа.</p> <p>16 баллов – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике. Студент умеет применять полученную при подготовке к выступлению информацию; способен отвечать на большинство вопросов; вести дискуссию с использованием терминологии сферы медиа.</p> <p>балла – содержание реферата соответствует заявленной в названии тематике. 8 баллов - Реферат представлен, но в нем присутствуют логические нарушения в представлении материала.</p>
5.	Финансовая политика редакции СМИ.	Тестирование(контрольный срез)	10	<p>Тест состоит из 15 вопросов.</p> <p>10 баллов – студент правильно отвечает на 75-100% вопросов в тесте</p> <p>6 баллов – студент правильно отвечает на 50-74% вопросов в Тесте</p> <p>4 балла – студент правильно отвечает на 25-50% вопросов в тесте.</p> <p>Менее 25% правильных ответов баллов не дает.</p>
6.	Посещаемость		10	10 баллов – стопроцентное посещение занятий студентом.
7.	Премияльные баллы		20	<p>Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов;</li> <li>- полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – 10 баллов;</li> <li>- участие с докладом во всероссийской конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов.</li> </ul>
8.	Ответ на экзамене		30	<p>10-17 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно»</p> <p>18-24 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «хорошо»,</p> <p>25-30 баллов – студент раскрыл основные вопросы и задания билета на оценку «отлично».</p>
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы на экзамене		60	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
10.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

#### 4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

## Выполнение практических заданий

Тема 2. Журналистская информация как товар. Информационный рынок.

Задания

1. Публикация частных объявлений как источник доходов редакции.
2. Планирование доходов от рекламной деятельности.
3. Разработка плана и концепции рекламной компании СМИ в форме презентации.

Тема 3. Финансовый капитал на информационном рынке России. Редакционно-издательский маркетинг.

Задание. Подготовьте проект на тему:

1. Отечественный капитал на информационном рынке.
2. Периодическое издание и его аудитория.
3. Процесс концентрации средств массовой информации в России в 1990–2002 гг.
4. Редакционно-издательский маркетинг как особый вид издательской деятельности.

## Контрольная работа

Тема 1. Редакция СМИ как юридическое лицо. Учредители СМИ: их права и обязанности.

### Темы контрольных работ

1. Общередакционные расходы: фонд оплаты труда, фонд материального поощрения, фонд социального развития, резервный фонд.
2. Издательские расходы: литературный гонорар, производственные расходы, расходы по распространению и транспортировке, расходы на приобретение информации.

## Реферат

Тема 4. Планирование и методы маркетинга. Службы маркетинга.

Темы рефератов

1. Использование объектов нематериальных активов в экономическом обороте СМИ как предприятий
2. Формирование стратегии СМИ и механизм ее реализации.
3. Понятие имиджа СМИ. Управление имиджем.
4. Методика разработки бизнес-плана СМИ, его функции и структура.
5. Функции менеджмента в деятельности СМИ.

## Тестирование

Тема 5. Финансовая политика редакции СМИ.

1. Менеджер в редакции СМИ:
  - а) осуществляет руководство творческой деятельностью коллектива;
  - б) занимается реализацией продукции СМИ;
  - с) занимается поиском путей повышения рентабельности СМИ.
2. Принцип маркетинга:
  - а) сегментация;
  - б) реализация;
  - с) актуальность;

- d) редактирование;
- e) доступность;
- f) модернизация;
- g) монополизация.

3. Один из эффективных способов выживания СМИ в современных условиях: а) создание концернов и синдикатов;

**б) переход на самоокупаемость;**

с) сокращение штата сотрудников.

4. Учредитель:

а) имеет право уволить сотрудника редакции СМИ;

**б) не имеет права уволить сотрудника редакции СМИ.**

5. Соучредитель:

а) имеет право закрыть СМИ;

**б) не имеет права закрыть СМИ.**

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

#### Типовые вопросы экзамена (УК-3, ПК-5)

1. Журналистика как разновидность производства, специфика этого производства.
2. Задачи редакционного менеджмента.
3. Закономерности формирования информационного рынка.
4. Изучение конкурентоспособности как одна из задач редакционно-издательского маркетинга.
5. Имидж издания.

#### Типовые задания для экзамена (УК-3, ПК-5)

1. Создать брендбук издания.
2. Описать эффективные приемы редакционного менеджмента в различных экономических ситуациях.
3. Проанализировать рынок СМИ региона.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	УК-3	Активно участвует в командной работе по выполнению поручений
	ПК-5	На высоком уровне отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в продвижении публикации
«хорошо» (70 - 84 баллов)	УК-3	Может участвовать в командной работе по выполнению поручений
	ПК-5	Достаточно уверенно отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в продвижении публикации
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	УК-3	Неактивно участвует в командной работе по выполнению поручений
	ПК-5	Слабо отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в продвижении публикации
	УК-3	Не участвует в командной работе по выполнению поручений

«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-5	Не отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в продвижении публикации
--------------------------------------------	------	---------------------------------------------------------------------------------------

## 5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

### 5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

### 5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

### 5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

#### 5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

## 6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

### 6.1 Основная литература:

1. Менеджмент и Бизнес-Администрирование : журнал. - Москва: Академия менеджмента и бизнес-администрирования, 2020. - 212 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=595807>
2. Байрнс У. Д. Менеджмент и культура : монография. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. - 624 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577242>
3. Литвин Ю. И., Литвин И. Ю., Харисова Р. Р. Проектный менеджмент: теория и практика: учебное пособие и практикум для бакалавриата : учебное пособие. - Москва: Прометей, 2020. - 241 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576053>

4. Баландина О. В., Вешкурова А. Б., Копылова Н. А., Локтюхина Н. В., Самраилова Е. К., Филимонова И. В., Шапиро С. А. Менеджмент организации : учебник. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 565 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119>
5. Толкачева Н. А. Финансовый менеджмент : учебное пособие. - 2-е изд.. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 147 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574689>
6. Семенов А. К., Маслова Е. Л. Психология и этика менеджмента и бизнеса : учебное пособие. - 10-е изд.. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 276 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573387>

## 6.2 Дополнительная литература:

1. Евграфова И. Ю., Красникова Е. О. Инновационный менеджмент: шпаргалка : учебное пособие. - 2-е изд.. - Саратов: Научная книга, 2020. - 40 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=578433>
2. Баландина О. В., Локтюхина Н. В., Шапиро С. А. Основы менеджмента: учебное пособие для студентов среднего профессионального образования : учебное пособие. - Москва|Берлин: Директ-Медиа, 2020. - 253 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=574371>
3. Маслова Е. Л. Менеджмент : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 333 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573337>
4. Блинов А. О., Угрюмова Н. В. Теория менеджмента : учебник. - Москва: Дашков и К°, 2020. - 304 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573334>

## 6.3 Иные источники:

1. Официальный сайт экономической экспертной группы при Правительстве РФ - [www.eeg.ru](http://www.eeg.ru)
2. 8. Архив научных журналов зарубежных издательств - <http://arch.neicon.ru>
3. Справочно-правовая система Консультант Плюс - <http://www.consultant.ru>

## 7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

LiteManager Pro - Server

7-Zip 9.20

Adobe Creative Suite 3 Web Standard Russian Version Win Educ

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

CorelDRAW Graphics Suite X3

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

QuarkXPress 7.2

### **Электронная информационно-образовательная среда**

[https://auth.tsutmb.ru/authorize?response\\_type=code&client\\_id=moodle&state=xyz](https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz)

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.