

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Связей с общественностью, рекламы и дизайна



В.В. Тулупов
22.05.2023г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.О.21 Менеджмент в массмедиа

1. Код и наименование направления подготовки/специальности:

42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»

2. Профиль подготовки/специализация: «Реклама и связи с общественностью в средствах массовой информации»

3. Квалификация выпускника: Бакалавр

4. Форма обучения: Заочная

5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: связей с общественностью, рекламы и дизайна

6. Составители программы: Шилова Мария Александровна к.ф.н., доцент кафедры связей с общественностью, рекламы и дизайна

7. Рекомендована: НМС 18.05.2023 г. протокол № 8

8. Учебный год: 2026/ 2027 Семестр(ы): 8

9. Цели и задачи учебной дисциплины:

- обучить азам менеджмента в массмедиа, включая рекламный менеджмент;
- дать представление о функциональных обязанностях менеджеров различного уровня.

Задачи учебной дисциплины:

- познакомить студентов с мировыми школами менеджмента и их основателями,
- методами управления маркетинговыми и коммуникационными кампаниями;
- систематизировать знания о лидерстве и управлении;
- создать представление о медиаменеджменте и принципах управления творческим коллективом;
- обучить азам тайм-менеджмента и управления вниманием,
- дать представление о стимулировании к труду в сфере массмедиа (материальное и нематериальное поощрение сотрудников), системе коучинга (тьютинга, наставничества и т.п.).

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: данная дисциплина относится к обязательной части блока Б1.рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 – «Реклама и связи с общественностью». Идет после изучения дисциплины «Медиапланирование» и «Основы интегрированных коммуникаций».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющих	УК-2.4	Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: основы менеджмента в массмедиа, типовые психологические и ментальные особенности сотрудников современных СМИ, конъюнктуру рынка; особенности организации и проведения информационных и маркетинговых кампаний. Уметь грамотно формулировать цели и задачи кампаний, KPI; планировать, учитывая имеющиеся временные, человеческие и финансовые ресурсы.

	ресурсов и ограничений			Владеть навыками планирования, организации и проведения информационной, рекламной и СО-кампании в СМИ.
ОП К-5	Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК 5.2	Осуществляет свои профессиональные действия в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	Знать механизмы функционирования различных медиакоммуникационных систем. Уметь осуществлять свои профессиональные действия с учетом механизмов функционирования конкретных медиакоммуникационных систем. Владеть навыками менеджмента в медиакоммуникационных системах региона, страны или мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 ЗЕТ/ 108 ч.

Форма промежуточной аттестации - экзамен.

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы	Трудоемкость	
		По семестрам

		Всего	№ 3	№ 4	...
Контактная работа		12			
в том числе:	лекции	6	2	4	
	практические	6		6	
	лабораторные				
	курсовая работа				
	Контрольные работы				
Самостоятельная работа		87	34	53	
Промежуточная аттестация (для экзамена)		9		9	
Итого:		108	36	72	

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
1.1	Менеджмент и его функции. Школы менеджмента.	Определение ключевых понятий менеджмента. Ключевые функции менеджмента: организация, контроль и т.п. Школы менеджмента: HOT, административная, человеческих отношений и др.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.2	Менеджмент и менталитет. Теория поколений Н.Хоува и	Индивидуализм и коллективизм. Влияние климата и природных особенностей на ментальность. Культура и традиции,	- https://edu.vsu.ru/course

	У.Штрауса.	религиозные особенности. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса. Особенности поколений с точки зрения HR-специалиста.	/view.php?id=18807
1.3	Медиаменеджмент (редакционный). Типовая структура современного СМИ. Медиахолдинги.	Управление редакционным коллективом. Типовые структуры современных конвергентных и традиционных СМИ, устройство рекламных и СО-агентств, организация пресс-служб и информационных агентств. Основные профессии массмедиа. Специфика менеджмента в творческом коллективе. Особенности работы медиахолдингов.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.4	Управление информацией.	Контент-менеджмент. Формирование общественного мнения средствами массмедиа.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.5	Теории лидерства. Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.	Теории лидерских качеств (Ф.Вудс, Р.Стогдилл, Р.Кеттел, Г.Стайс и др.). Ситуационные лидерские теории (Ф.Фидлер, Харси-Бланшар, Т.Митчел и Р.Хаус и др.). Поведенческие теории лидерства (Дуглас МакГрегор, Р.Лайкерт, К.Левин и др.). Материальная и нематериальная мотивация сотрудников.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.6	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО. Антикризисный менеджмент.	Основные этапы планирования и реализации кампаний по рекламе и СО. Антикризисные кампании различного типа: особенности взаимодействия со СМИ. «Правила Тейленола».	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
1.7	Тайм-менеджмент в массмедиа.	Целеполагание и планирование. Матрицы дел по срочности и важности. Коучинг, наставничество.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id

			=18807
2. Практические занятия			
2.1	Менеджмент и его функции. Школы менеджмента.	Школы менеджмента: НОТ, административная, человеческих отношений и др. Основоположники и основные идеи.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.2	Менеджмент и менталитет. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса.	Индивидуализм и коллективизм. Влияние климата и природных особенностей на ментальность. Культура и традиции, религиозные особенности. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса. Особенности поколений с точки зрения HR-специалиста.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.3	Медиаменеджмент (редакционный). Типовая структура современного СМИ. Медиахолдинги.	Управление редакционным коллективом. Типовые структуры современных конвергентных и традиционных СМИ, устройство рекламных и СО-агентств, организация пресс-служб и информационных агентств. Основные профессии массмедиа. Специфика менеджмента в творческом коллективе. Особенности работы медиахолдингов.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.4	Управление информацией.	Контент-менеджмент. Формирование общественного мнения средствами массмедиа.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.5	Теории лидерства. Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.	Теории лидерских качеств (Ф.Вудс, Р.Стогдилл, Р.Кеттел, Г.Стайс и др.). Ситуационные лидерские теории (Ф.Фидлер, Харси-Бланшар, Т.Митчел и Р.Хаус и др.). Поведенческие теории лидерства (Дуглас МакГрегор, Р.Лайкерт, К.Левин и др.). Материальная и	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807

		нематериальная мотивация сотрудников.	
2.6	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО. Антикризисный менеджмент.	Основные этапы планирования и реализации кампаний по рекламе и СО. Антикризисные кампании различного типа: особенности взаимодействия со СМИ. «Правила Тейленола».	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
2.7	Тайм-менеджмент в максмедиа.	Целеполагание и планирование. Матрицы дел по срочности и важности. Коучинг, наставничество.	- https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)				
		Лекции	Практические	Контроль	Самостоятельная работа	Всего
1	Менеджмент и его функции. Школы менеджмента	1	1	2	12	
2	Менеджмент и менталитет. Теория поколений Н.Хоува и У.Штрауса.	1	1	1	12	
3	Медиаменеджмент (редакционный). Типовая структура современного СМИ. Медиахолдинги.	1	1	2	15	
4	Управление информацией.	1	1	1	12	
5	Теории лидерства. Лидерство и власть. Мотивация сотрудников.	1	1	1	12	
6	Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО. Антикризисный менеджмент	0,5	0,5	1	12	
7	Тайм-менеджмент в медиакоммуникациях.	0,5	0,5	1	12	
	Итого:	6	6	9	87	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Необходимо посещение лекций и работа с конспектами лекций, ознакомление с презентационными материалами, выполнение практических заданий, тестов, особенно это касается разделов : «Планирование и реализация кампаний по рекламе и СО. Антикризисный менеджмент» и «Менеджмент и его функции. Школы менеджмента» и др.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины (список литературы оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ и используется общая сквозная нумерация для всех видов источников)

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Ким, С. А. Теория управления : учебник / С. А. Ким. – 2-е изд. – Москва : Дашков и К°, 2021. – 240 с. : ил., табл., схем. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684213 . – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-04025-2. – Текст : электронный.
2	Медиасистема России: учебник для студентов вузов : [16+] / Е. Л. Вартанова, А. В. Вырковский, Т. Э. Гринберг [и др.] ; под ред. Е. Л. Вартановой. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2021. – 424 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=612615 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-1103-5. – Текст : электронный.
3	Реклама и связи с общественностью: теория и практика : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению 030600 -журналистика (профиль "Реклама и паблик рилейшнз")] / [Е.В. Маслова и др.] ; Воронеж. гос. ун-т .— Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015 .— 370, [1] с. — Библиогр. в конце гл. — ISBN 978-5-9273-2223-7.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
----------	----------

3	<p>Дементьева, А. Г. Управление человеческими ресурсами: теория и практика : учебник : [16+] / А. Г. Дементьева, М. И. Соколова ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – Москва : Аспект Пресс, 2015. – 352 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573879 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-7567-0798-4. – Текст : электронный.</p>
4	<p>Менеджмент: теория, практика и международный аспект : учебник : [16+] / под ред. Н. Ю. Кониной ; Московский государственный институт международных отношений (Университет) МИД России. – 2-е изд., испр. и доп. – Москва : Аспект Пресс, 2019. – 432 с. : схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573649 – ISBN 978-5-7567-1021-2. – Текст : электронный.</p>
5	<p>Менеджмент организации : учебник : [16+] / О. В. Баландина, А. Б. Вешкурова, Н. А. Копылова [и др.] ; под общ. ред. С. А. Шапиро. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2020. – 566 с. : ил., схем., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=575119 – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-4499-0717-2. – DOI 10.23681/575119. – Текст : электронный.</p>
6	<p>Политический менеджмент [Электронный ресурс] : учебно-методический комплекс : [для специальности 41.03.04 - Политология] / Воронеж. гос. ун-т ; сост. Д.В. Сосунов .— Изд. 2-е, перераб. и доп. — Электрон. текстовые дан. — Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2017 .— Загл. с титул. экрана .— Свободный доступ из интрасети ВГУ .— Текстовый файл .— Windows 2000 ; Adobe Acrobat Reader .— <URL:http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m17-140.pdf>.</p>
7	<p>Цветкова, Г. С. Рекламный менеджмент : учебное пособие : [16+] / Г. С. Цветкова ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Поволжский государственный технологический университет. – Йошкар-Ола : Поволжский государственный технологический университет, 2018. – 108 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=494305 – Библиогр.: с. 99-101. –</p>

	ISBN 978-5-8158-1998-6. – Текст : электронный.
--	------------------------------------------------

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Источник
8	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
9	ЭБС Лань. – Режим доступа: https://e.lanbook.com/
10	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/
11	ЭУМК «Менеджмент в массмедиа» – Электронный университет ВГУ. — Режим доступа: https://edu.vsu.ru/course/view.php?id=18807
12	ЭБС Консультант студента – Режим доступа: https://studentlibrary.ru/

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.
2	Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная,

обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации

Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmс; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmс; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Все разделы дисциплины (лекции+ практические) 1.1.- 1.7 и 2.1.-2.7.	УК-2	УК 2.4.	Контрольные работы (тестовое задание №1, 2), сообщение/доклад/презентация
2	Все разделы	ОПК -5	ОПК- 5.2	Контрольные работы (тестовое

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
	дисциплины (лекции + практические) 1.1.- 1.7. и 2.1 – 2.7.			задание №1, 2), сообщение/доклад/презентация
<p style="text-align: center;">Промежуточная аттестация форма контроля – экзамен</p>				<ol style="list-style-type: none"> 1.Определение понятия «менеджмент». Уровни менеджмента. Функции менеджмента. 2. Менеджмент и менталитет. 3. Школы менеджмента (НОТ, Административная, Человеческих отношений, Управленческая, Ситуационная школа). 4. Медиапредприятие и медиаменеджмент. Процессный подход. 5.Редакционный менеджмент (на примере конкретного СМИ). 6. Лидерство в менеджменте. Формальное и неформальное лидерство. Власть и влияние на людей. 7. Поведенческие теории лидерства (Дуглас Макгрегор, Р.Лайкерт, К. Левин или др.). 8. Теории лидерских качеств (Ф. Вудс, Р. Стогдилл, Р. Кеттел и Г. Стайс или др.) 9. Ситуационные лидерские теории (Ф.Фидлер, Харси-

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы)) достижения компетенции	Оценочные средства
				<p>Бланшар, «путь-цель» Т. Митчел и Р.Хаус или др.).</p> <p>10. Менеджмент в рекламе. Управление рекламной кампанией.</p> <p>11. Тайм-менеджмент: основные приемы.</p> <p>12. Антикризисный менеджмент. Управление в сложных ситуациях.</p> <p>13. Мотивация сотрудников. Коучинг и наставничество.</p> <p>14. Современные медиапрофессии.</p> <p>15. Традиционные и конвергентные СМИ: общее и различное. Особенности управления.</p> <p>16. Поведенческая экономика. Управление поведением аудитории.</p> <p>17. Современные медиахолдинги (Например, ВГТРК, «ГазпромМедиа», «Национальная Медиа Группа», Алишер Усманов и холдинг «ЮТВ», «Rambler&Co» и/или др.).</p> <p>18. Медiateкст. Управление медиапродуктом.</p>

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: тестовые задания, сообщение/доклад/презентация.

Тест № 1.

1. Менеджмент – это (выберете наиболее точный ответ):

- a) *умение добиваться поставленных целей, используя труд, интеллект и мотивы поведения других людей, работающих в организации
- b) искусство управления людьми
- c) наука о человеке + опыт управленческо-хозяйственной деятельности
- d) практика управления медиаорганизациями

2. Является ли управление производительным трудом:

- a) да, т. к. управление создает новую стоимость
- b) нет, это всего лишь надзор и контроль
- c) *да, поскольку этот вид деятельности неизбежен при высоком уровне специализации производства и призван обеспечить целостность трудового организма
- d) нет, это всего лишь результат противоречия между наемным трудом и собственником средств производства

3. Планирование, организация, регулирование и контроль - это:

- a) обязанность менеджера
- b) *функции менеджмента
- c) этапы планирования
- d) новый метод управления

4. В теории менеджмента к функциям управления относятся:

- a) *контроль

- b) финансовый менеджмент
- c) маркетинг
- d) ценообразование

5. Основоположник научной школы управления:

- a) *Ф. Тейлор
- b) А. Файоль
- c) Э. Мэйо
- d) А. Богданов

6. Основоположник административной (классической) школы управления:

- a) Ф. Тейлор
- b) *А. Файоль
- c) Э. Мэйо
- d) А. Маслоу.

7. Менеджмент, как наука об управлении, стала рассматриваться с появлением:

- a) современных количественных методов обоснования управленческих решений
- b) школы "человеческих отношений"
- c) достижений психологической и социологической наук, оказывающих решающее воздействие на человека в системе управления
- d) *классической школы управления

8. Какая школа предусматривает три подхода к управлению: процессный, количественный и ситуационный:

- a) классическая школа управления

- b) административная школа
- c) школа человеческих отношений
- d) *школа науки управления

9. Какие из положений относятся к новой концепции управления компанией:

- a) основная задача менеджмента - рациональная организация производства
- b) ориентация на качество продукции и услуг
- c) ситуационный подход к управлению
- d) *основной источник прибыли – работник и производительность труда

10. К какой функции относится разработка новых товаров и услуг:

- a) маркетинг
- b) дилерская услуга
- c) *инновация
- d) производство

11. Кто из руководителей компании отвечает за определение цели её развития:

- a) менеджеры среднего звена
- b) *совет директоров
- c) акционеры
- d) все сотрудники

12. Конкретные конечные результаты, которые хотела бы достичь организация - это:

- a) *цели
- b) миссия

- c) стратегия
- d) тактика деятельность организации

13. Миссия фирмы – это:

- a) максимизация прибыли
- b) *внешнее предназначение фирмы
- c) цель, связанная со снижением издержек
- d) мотивация ее персонала

14. Медиаменеджер – это:

- a) специалист, занимающийся управлением медиахолдингом, обладающий формальной и неформальной властью в коллективе
- b) *специалист, занимающийся руководством, стратегией развития различных массмедиа, управлением медиапроектами и созданием медиапродуктов в различных СМИ.
- c) специалист, управляющий творческими кадрами медиапредприятия, осуществляющий каждодневный контроль.
- d) специалист по медиатехнологиям, осуществляющий технический контроль за функционированием медиапредприятия.

15. Петра Иванова назначили начальником отдела дизайна в рекламном агентстве. Он хорошо знает все проблемы и желания трудового коллектива: необходимость обновления техники и увеличения площади помещения, пожелания сотрудников по увеличению заработной платы и снижению интенсивности труда. Как вы считаете, сможет ли Иванов выполнить все, чего хотят сотрудники отдела и почему?

Ответ: Нет (с большой долей вероятности). У начальника отдела есть более высокое начальство, которое ставит перед ним свои цели и задачи. Кроме того, владельцы любого бизнеса стремятся к оптимизации и минимизации расходов. Любые увеличения затрат должны быть экономически обоснованы.

16. Недавняя выпускница вуза Ласточкина Галина устроилась на должность ведущей регионального телевизионного канала. Заработная плата в 2 раза больше минимального размера оплаты труда. Опишите возможные варианты мотивации к труду у данной сотрудницы.

Ответ: Скорее всего, мотивация носит нематериальный характер, т.к. зарплата невысокая. Галина стремится получить опыт работы (для того, чтобы в будущем рассчитывать на более высокую заработную плату), самоутвердиться (публичная профессия, известность), установить полезные профессиональные контакты (общение с политиками, известными людьми региона) и т.п.

17. Вы являетесь начальником структурного подразделения в медиасфере. К вам пришло четыре кандидата на должность SMM-менеджера. Один обладает всеми необходимыми навыками и опытом, но не проявляет особого интереса к работе в силу личных обстоятельств. Второй не обладает нужными навыками и опытом, но очень стремится работать. Третий обладает нужными навыкам, опытом и хочет работать. И четвертый не обладает нужными навыками и опытом, и не особенно стремится их получить. Каких двух соискателей на должность вы выберете?

Ответ: Второго и третьего.

18. Что должен сделать менеджер (управленец) в случае, когда он физически не справляется с выполнением всех поставленных задач самостоятельно?

Ответ. Делегировать полномочия.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств: собеседование по билетам к экзамену в сочетании с докладом/ презентацией.

Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации - экзамен

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
---------------------------------	--------------------------------------	--------------

<p>Обучающийся в полной мере владеет понятийным аппаратом менеджмента в массмедиа (теоретическими основами дисциплины), способен иллюстрировать ответ примерами из российской и зарубежной практики, владеет фактами, данными научных исследований; умеет связывать теорию с практикой, применять теоретические знания для решения практических задач в области медиакоммуникаций.</p>	<p>Повышенный уровень</p>	<p>Отлично</p>
<p>Обучающийся владеет понятийным аппаратом менеджмента в массмедиа (теоретическими основами дисциплины), способен связывать теорию с практикой, но допускает ошибки при изложении фактического материала, допускает терминологические неточности, не всегда способен проиллюстрировать ответ примерами из практики и применить знания для решения практических задач.</p>	<p>Базовый уровень</p>	<p>Хорошо</p>
<p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами менеджмента в массмедиа, фрагментарно способен воспроизводить фактический материал и примеры, иллюстрирующие теорию, не умеет применять теоретические знания на практике.</p>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем из перечисленных показателей. Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки, не способен самостоятельно приводить примеры и применять полученные знания на практике.</p>	<p>–</p>	<p>Неудовлетворительно</p>