Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол от «29» апреля 2021 г. № 8

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.О.13Медиаэкономика
(код и наименование РПД)

Бакалавр
(уровень образования)
42.03.05. Медиакоммуникации
Профиль «Медиакоммуникации и продвижение в цифровой среде»
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Год набора - 2022

Барнаул, 2021 г.

Документ подписан электронной подписью
Сертификат 0445A07A004BB0E9904E8660F1D88A32BA
Владелец: Панарин Игорь Анатольевич
Действителен с 26.07.2023 г. по 26.10.2024 г.

Автор–составитель:
кандидат экономических наук, доцент кафедры экономики и финансов, Рожкова Дарья Викторовна

Заведующий кафедрой экономики и финансов, к. э. н. Лукина Елена Викторовна

Оценочные материалы промежуточной аттестации

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента компетенции	Наименование компонента компетенции
УК-1	Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.	УК-1.3	Способность анализировать задачу, выделяя ее базовые составляющие, осуществляет декомпозицию задачи.
		УК-1.4	Способность применять системный подход и для решения поставленных задач.
УК-9	Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности	УК-9.1	Способен дать характеристику базовым принципы функционирования экономики и экономического развития.
		УК-9.2	Способен использовать основные положения и методы экономических наук при решении социальных и профессиональных задач.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК–1.3	Находит и критически анализирует информацию, необходимую для решения поставленной задачи.	Демонстрирует знания принципов и методов поиска, анализа и синтеза информации, способен их применять на практике.
УК-1.4	Умеет использовать системный подход для решения поставленных задач.	Умеет использовать системный подход для решения поставленных задач, способен осуществлять анализ и синтез информации, для решения поставленных задач.
УК–9.1	Демонстрирует знания основ поведения экономических агентов; основных принципов экономического анализа для принятия решений; основных экономических понятий; ресурсных ограничений экономического развития, показателей экономического развития; особенностей циклического развития рыночной экономики, рисков инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; целей, задач, инструментов и эффектов бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, социальной,	Продемонстрировал знания основ поведения экономических агентов; основных принципов экономического анализа для принятия решений; основных экономических понятий; ресурсных ограничений экономического развития, показателей экономического развития; особенностей циклического развития рыночной экономики, рисков инфляции, безработицы, потери благосостояния и роста социального неравенства в периоды финансово-экономических кризисов; целей, задач, инструментов и эффектов бюджетной, налоговой, денежно-кредитной, социальной, пенсионной политики государства.

Компонент компетенции	Индикатор оценивания	Критерий оценивания
	пенсионной политики государства.	
УК – 9.2	Демонстрирует навыки расчета суммы процентов по вкладу, сравнения доходности вкладов с различными условиями, расчета величины процентных платежей при разных условиях оплаты кредита; навыками выбора ценной бумаги (финансового продукта) в зависимости от инвестиционного профиля инвестора, переоформления прав собственности на ценные бумаги при купле-продаже ценных бумаг; навыками выбора страховщика или страхового продукта.	Продемонстрировал уверенные навыки расчета суммы процентов по вкладу, сравнения доходности вкладов с различными условиями, расчета величины процентных платежей при разных условиях оплаты кредита; навыками выбора ценной бумаги (финансового продукта) в зависимости от инвестиционного профиля инвестора, переоформления прав собственности на ценные бумаги при купле-продаже ценных бумаг; навыками выбора страховщика или страхового продукта.

УК-1 Способность осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять системный подход для решения поставленных задач.

РПД, стр.4

1. Укажите, какой фактор определяет изменение рекламных цен в медиаэкономике? (выберите один правильный вариант):

1. цветовая гамма рекламы
2. формат шрифта
3. целевая аудитория и ее размер
4. географическое положение рекламы

Ответ: 3

РПД, стр.4

2. Установите соответствие между видом конкуренции и его сущностью:

A. Монополистическая конкуренция	1. Соперничество между фирмами, которое основано на продаже товаров более высокого качества и надежности, достигаемых благодаря техническому превосходству
B. Несовершенная конкуренция	2. Рынок дифференцированного товара с множеством продавцов и покупателей, на котором производители обладают определенной монопольной властью
C. Неценовая конкуренция	3. Состояние рыночной системы хозяйствования, при которой нарушается хотя бы один из признаков совершенной конкуренции

A	B	C

Ответ: 231.

РПД, стр.4

3. Установите правильную последовательность фаз экономических циклов в медиаэкономике:

1. спад
2. депрессия
3. подъем

4. пик

Правильный ответ: 3412

4. Решите задачу:

Отпускная цена 1 экземпляра ежемесячного журнала – 400 руб. Непосредственные затраты на выпуск журнала – 300 руб./ед., постоянные расходы организации – 25000 руб. Какой тираж необходимо реализовывать для получения прибыли 10000 руб.?

Решение:

Количество = (25000 + 10000) / (400 – 300) = 350 штук

Критерии оценивания: ответ совпадает с эталонным

РПД, стр.4

5. Вставьте пропущенное слово:

Любой медиаконтент, созданный для массового распространения, называется медийным …

Ответ: продуктом

РПД, стр.4

6. Вставьте пропущенное слово:

Рекламный … в медиаэкономике – величина денежных средств, выделенная на проведение рекламных мероприятий

Ответ: бюджет

УК-9 Способность принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности

РПД, стр.4

7. Продолжите утверждение: «В условиях совершенной конкуренции коммерческая организация может увеличить прибыль за счет…» (укажите один правильный ответ):

1. изменения цены медиапродукции
2. снижения издержек производства
3. рекламы выпускаемой продукции, оказываемых услуг

Ответ: 2

РПД, стр.4

8. Соотнесите вид издержек с их содержанием.

A. Средние издержки	1. Совокупность всех затрат фирмы на производство и реализацию какого-либо продукта
B. Постоянные издержки	2. Общие издержки, приходящиеся на единицу выпуска продукции
C. Общие (валовые) издержки	3. Издержки, которые фирма несет независимо от изменения объема выпуска продукции

A	B	C

Ответ: 231

РПД, стр.4

9. Установите правильную последовательность этапов маркетинговых исследований в медиаэкономике:

1. представление полученных результатов
2. выявление проблем и формулирование целей исследования
3. анализ собранной информации
4. отбор источников информации
5. сбор информации

Правильный ответ: 24531

РПД, стр.4

10. Определите коэффициент эластичности спроса по цене на медиапродукцию, если при изменении цены с 10 тыс. до 12 тыс. руб. величина спроса снизилась с 500 до 480 единиц.

Решение:

$$E_D^P = \left| \frac{Q_{D1} - Q_{D0}}{Q_{D0}} \div \frac{P_1 - P_0}{P_0} \right|$$

Эластичность спроса по цене = ((480 – 500)/500)/((12000 – 10000)/10000) = -0,2 = 0,2 (при раскрытии модуля)

0,2 < 1, т.е. спрос неэластичный – при изменении цены величина спроса изменяется, но процент изменения величины ниже процента изменения цены

Критерии оценивания: ответ совпадает с эталонным

РПД, стр.4

11. Вставьте пропущенное слово:

При установлении … на рынке одно предприятие контролирует всю отрасль (отдельный процесс, производство продукции/товара), оказывая значительное влияние на цены и условия рынка

Ответ: монополии

РПД, стр.4

12. Вставьте пропущенное слово:

…. – это продажа товаров по ценам ниже затрат на их производство, осуществляемая для того, чтобы получить конкурентное преимущество или увеличить долю на рынке, продать излишки товара

Ответ: демпинг