

МИНИСТЕРСТВО КУЛЬТУРЫ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ  
ФГБОУ ВО «Кемеровский государственный институт культуры»  
Факультет социально-культурных технологий  
Кафедра Управления и экономики социально-культурной сферы

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ**  
по учебной дисциплине

**ЭФФЕКТИВНОСТЬ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В МЕДИА**

Направление подготовки 42.04.05 МЕДИКОММУНИКАЦИИ  
Направленность (профиль) МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ

Квалификация (степень) выпускника:  
Магистр

Форма обучения  
**заочная**

Год набора - 2022

Утверждена на заседании кафедры  
11.05.2022 г., протокол № 13

Составитель: Долгих Т.В.

Кемерово

## 1. Перечень оцениваемых компетенций:

УК-6 – Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ПК-3 – Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением), осуществляющим медиа коммуникационную деятельность

## 2. Критерии и показатели оценивания компетенций

Обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения по дисциплине:

Знать: сущность личности и индивидуальности, структуру личности и движущие силы ее развития (31);

- теорию и технологии менеджмента (32);

- нормативно правовую документацию, регламентирующую медиасреду (33);

- особенности организации планирования, учета и отчетности, статистические показатели деятельности (34);

Уметь: - выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития (У1);

- анализировать эффективность, планировать свою профессионально образовательную деятельность (У2);

- критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата (У3);

- применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания на основе принципов образования в течение всей жизни (У4);

- принимать обоснованные управленческие решения по преодолению проблемных ситуаций; вести учетную документацию и рассчитывать контрольные и итоговые показатели деятельности (У5);

- осуществлять статистический анализ (У6);

- применять действующие отечественные и международные нормативные документы при решении задач профессиональной деятельности (У7);

- обеспечивать эффективную работу с потоками информации для принятия организационных и управленческих решений (У8);

Владеть: навыками эффективного целеполагания; приемами организации собственной познавательной деятельности; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях (В1);

- современными методами менеджмента профессиональной деятельности в медиасфере; методами статистического анализа деятельности в медиапространстве (В2).

## Формируемые компетенции в структуре учебной дисциплины и средства их оценивания

№ п/п	Разделы (темы) дисциплины	Код оцениваемой компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (ЗУВ)	Оценочное средство
1	Тема 1. Понятие об эффективности деятельности. История развития	УК-6	31, У1, У2, У3, У4, В1	тестовый контроль
2	Тема 2. Системный подход в анализе эффективности деятельности в медиа	ПК-3	32, 33, 34, У5, У6, У7, У8, В2	Проверка результатов практических заданий
3	Тема 3. Анализ эффективности деятельности медиа	ПК-3	32, 33, 34, У5, У6, У7, У8, У9, В2	Проверка результатов практических заданий
4	Показатели эффективности	ПК-3	32, 33, 34,	тестовый

	деятельности в медиа		У5, У6, У7, У8, В2	контроль
--	----------------------	--	-----------------------	----------

#### 4. Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

##### 4.1. Практические занятия

В ходе освоения учебной дисциплины предусмотрено 4 практических занятия (6 часов).

**Практическое задание 1. На основании представленных ниже данных рассчитайте показатели рентабельности производства, рентабельности продукции и рентабельности продаж**

Это отдельные виды рентабельности, три самостоятельных показателя.

Рентабельность производства показывает долю прибыли на 1 руб. затраченных производственных фондов.

Рентабельность продукции демонстрирует сумму прибыли на 1 руб. себестоимости (полной или производственной).

Она рассчитывается по формуле:

$$R_{пр} = \text{Пр} / \text{Сс} \times 100,$$

где:  $R_{пр}$  — рентабельность продукции;

$\text{Пр}$  — прибыль;

$\text{Сс}$  — себестоимость.

Рентабельности продаж (ее еще именуют общей рентабельностью), несет информацию о сумме прибыли на 1 руб. выручки.

Ее считают по формуле:

$$ROS = \text{Пр} / \text{Оп} \times 100\%,$$

где:  $ROS$  — рентабельность продаж;

$\text{Пр}$  — прибыль;

$\text{Оп}$  — объем продаж или выручка.

Таблица № 1

№ п/п	Наименование показателей	Сумма, руб.
	Выручка от реализации продукции без НДС	3 000 456,78
	Себестоимость издательской продукции	2 907 570,8
	Прибыль от реализации продукции	92 885,98
	Налогооблагаемая прибыль	89 844,16
	Налог на прибыль	17 968,83

	Чистая прибыль	71 875,33
	Рентабельность, %	2,39

Выручка от реализации продукции без НДС 3 000 456,78руб.

Себестоимость издательской продукции = 2 907 570,8 руб.

Прибыль от реализации продукции = выручка от реализации продукции без НДС – себестоимость издательской деятельности = 3 000 456,78 руб. – 2 907 570,80 руб. = 92 885,98 руб.

Налог на прибыль = налогооблагаемая прибыль x 20% = 89 844,16 руб. x 20% = 17 968,83 руб.

Чистая прибыль = налогооблагаемая прибыль – налог на прибыль = 89 844,16 руб. – 17 968,83 руб.

Рентабельность продаж = чистая прибыль / выручка от реализации продукции 100% = 71875,33 руб. / 3000456,78 руб. x 100% = 2,39%.

#### Выводы

Рентабельность данного предприятия низкая: всего 2,39%.

Полиграфический рынок можно разделить на несколько основных сегментов: журнальные типографии, газетные, книжные, типографии, занимающиеся производством этикетки, упаковки и рекламных носителей.

Рентабельность бизнеса на полиграфическом рынке зависит от того, в каком из этих сегментов работает компания.

Самая низкая рентабельность, — в сегменте упаковки, самая высокая — в рекламном

Таблица 2.

№ п/п	Наименование показателей	Сумма, руб.
1	Выручка от реализации продукции, с НДС	4 046 304
2	Налог на добавочную стоимость	367 845,81
3	Выручка от реализации продукции без НДС	
4	Себестоимость издательской продукции	3 418 532
5	Прибыль от реализации продукции	
9	Налогооблагаемая прибыль	258 711,71
10	Налог на прибыль	
11	Чистая прибыль	
12	Рентабельность продукции, %	

Рентабельность продукции - отношение (чистой) прибыли к полной себестоимости.

## Расчёт себестоимости издания

### 1. Гонорар автору основного текста (2,2 а.л.)

1.1 Ставка гонорара за 1 а.л. (по договору): 2 000 руб.

1.2 Сумма гонорара:

1.3 Отчисления во внебюджетные фонды:

**Итого расходы на гонорар автору:**

### 2. Гонорар художнику-иллюстратору (обложка)

2.1 Ставка гонорара: 1200 руб.

2.2 Отчисления во внебюджетные фонды: 30%

**Итого расходы на гонорар художнику:**

**Общая сумма расходов по статье 1, 2:**

### 3. Расходы на обработку и оформление рукописи

3.1 Вёрстка: 3465 руб.

3.2. Фотовывод блока: 1504 руб.

3.3. Фотовывод обложки: 900 руб.

**Общая сумма расходов по статье:**

### 4. Расходы на бумагу и переплетные материалы

4.1 Стоимость бумаги на текст: 24 663,55 руб.

**5. Переплетные и типографские работы: 31 200 руб.**

**6. Общеиздательские расходы: 10 750 руб.**

**7. Коммерческие расходы: 1 464,94 руб.**

### Полная общеиздательская себестоимость с учетом коммерческих расходов

№ п/п	Статьи расходов	Сумма, руб.	% от полной себестоимости
1	Авторский гонорар и графика		
2	Обработка и оформление рукописи		
4	Бумага		
5	Переплетные и типографские работы		
6	Общеиздательские расходы		
7	Общая себестоимость		

8	Коммерческие расходы		
9	Полная себестоимость		

Расчет прибыли и рентабельности (3 000 шт.)

Отпускная цена 1 экз. (составляется из оптовой цены и НДС): 71,8 руб.

Оптовая цена 1 экз.: 60 руб.

**Рентабельность продаж**

$ROS = \text{Пр} / \text{Оп} \times 100\%$ ,

где: ROS — рентабельность продаж;

Пр — прибыль;

Оп — объем продаж или выручка.

**Рентабельность продукции**

Она рассчитывается по формуле:

$R_{\text{пр}} = \text{Пр} / \text{Сс} \times 100$ ,

где:  $R_{\text{пр}}$  — рентабельность продукции;

Пр — прибыль;

Сс — себестоимость.

Рентабельность продукции демонстрирует сумму прибыли на 1 руб. себестоимости (полной или производственной).

Рентабельности продаж (ее еще именуют общей рентабельностью), несет информацию о сумме прибыли на 1 руб. выручки.

## Практическое задание 2

**Задание** Рассчитать экономический эффект от проведенного мероприятия (внедрения современного оборудования в типографии). Даны следующие показатели:

Количество печатной рекламной продукции (план) – 2 350 шт.,

Норма времени

До внедрения нового оборудования – 26,5 часов,

После – 11,1 часов.

**Решение** Затраты времени на производство 2 350 шт.:

До внедрения оборудования..... часов.

После внедрения оборудования.....часов.

Рассчитаем экономический эффект от внедрения оборудования:

Эфф=

**Задание** По условиям предыдущей задачи рассчитать эффект в рабочих местах, если

Годовой фонд времени производства – 232 дн.,

Смена продолжительность 8 часов.

**Решение** Рассчитаем количество рабочих мест для выполнения задания:

До внедрения оборудования:.....

После внедрения оборудования:.....

Ввод нового оборудования поспособствовал.....

**Критерии оценивания:**

- работа выполнена в полном объеме, даны правильные, развернутые выводы по представленным заданиям - 5 баллов;
- работа выполнена в полном объеме, даны неточные выводы на поставленные задания - 4 балла;
- работа выполнена в полном объеме, даны неточные на поставленные задания - 3 балла;
- работа выполнена не в полном объеме, даны неправильные ответы на задания - 2 балла;
- работа выполнена не в полном объеме, даны не точные, неправильные ответы на задания - 1 балл;
- работа не выполнена - 0 баллов.

**5 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации и шкала оценивания**

**5.1. СПИСОК ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ И ПРОВЕРКИ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ**

**Тест 1.**

Вопрос	Ответ
1. Анализ финансово-хозяйственной деятельности можно рассматривать как: А) Макроэкономический анализ Б) Статистический анализ В) Микроэкономический анализ	В) Микроэкономический анализ
2. Какие показатели используются для характеристики трудовых ресурсов? А) Полнота использования фонда рабочего времени; производительность труда Б) Фондоотдача; трудоемкость В) Затраты на 1 руб. выпущенной продукции; фонд заработной платы	А) Полнота использования фонда рабочего времени; производительность труда
3. Укажите, что относится к исходным условиям деятельности предприятия: А) Выбор и обоснование целей деятельности предприятия; наличие необходимых материальных и	В) Наличие необходимых материальных и финансовых ресурсов; организационно-технический уровень предприятия

<p>финансовых ресурсов</p> <p>Б) Сопоставление с аналогичными предприятиями; укомплектованность кадрами</p> <p>В) Наличие необходимых материальных и финансовых ресурсов; организационно-технический уровень предприятия</p>	
<p>4. Показателями, характеризующими себестоимость, являются:</p> <p>А) Товарные остатки; затраты на производство единицы продукции</p> <p>Б) Фондоотдача; фондоемкость</p> <p>В) Затраты на единицу услуг; сумма затрат по статьям и элементам затрат</p>	<p>В) Затраты на единицу услуг; сумма затрат по статьям и элементам затрат</p>
<p>5. Чистая прибыль – это:</p> <p>А) Разница между балансовой прибылью и обязательными платежами из прибыли в пользу государственного бюджета</p> <p>Б) Разница между выручкой от реализации продукции и затратами на ее производство</p> <p>В) Разница между выручкой от реализации продукции и отчислениями в резервные фонды предприятия</p>	<p>А) Разница между балансовой прибылью и обязательными платежами из прибыли в пользу государственного</p>
<p>6. К оборотным производственным фондам относят:</p> <p>А) Дебиторскую задолженность</p> <p>Б) Кредиторскую задолженность</p> <p>В) Сырье и материалы; продукцию на складе</p>	<p>Б) Кредиторскую задолженность</p>
<p>7. Что из перечисленного относится к категории оборотных производственных фондов?</p> <p>А) Материалы и сырье</p> <p>Б) Денежные средства на банковском счете</p> <p>В) Незавершенное строительство</p>	<p>А) Материалы и сырье</p>
<p>8. Какой показатель определяется по данной формуле?</p> $FO = \frac{ВП}{СОФ}$ <p>где ВП – объем выпущенной продукции, СОФ – стоимость основных фондов</p> <p>А) Финансовые обязательства</p> <p>Б) Фондоотдача</p> <p>В) Фондоемкость</p>	<p>Б) Фондоотдача</p>
<p>9. При снижении трудоемкости продукции:</p> <p>А) Растет фондоемкость</p> <p>Б) Растет производительность труда</p> <p>В) Снижается себестоимость</p>	<p>Б) Растет производительность труда</p>
<p>10. Величина материальных затрат, приходящихся на 1 руб. выпущенной продукции – это:</p> <p>А) Материалоемкость продукции</p> <p>Б) Себестоимость продукции</p> <p>В) Материалоотдача продукции</p>	<p>А) Материалоемкость продукции</p>
<p>11. Что показывает показатель ликвидности предприятия?</p> <p>А) Способность предприятия рассчитываться по краткосрочным обязательствам</p> <p>Б) Способность предприятия трансформировать различные виды активов в деньги</p> <p>В) Скорость оборачиваемости оборотных средств</p>	<p>Б) Способность предприятия трансформировать различные виды активов в деньги</p>
<p>12. Укажите показатели, используемые для оценки</p>	<p>В) Коэффициент оборачиваемости</p>



<p>деловой активности предприятия.</p> <p>А) Производительность труда; среднегодовой уровень рентабельности основного производства; коэффициент оборачиваемости прибыли; размер дебиторской задолженности</p> <p>Б) Коэффициент абсолютной ликвидности; коэффициент маневренности собственных средств; материалоотдача; фондоотдача</p> <p>В) Коэффициент оборачиваемости собственного капитала; коэффициенты оборачиваемости кредиторской задолженности и дебиторской задолженностей; коэффициент оборачиваемости активов</p>	<p>собственного капитала;</p> <p>коэффициенты оборачиваемости кредиторской задолженности и дебиторской задолженностей;</p> <p>коэффициент оборачиваемости активов</p>
<p>13. Резервы, связанные с использованием в производстве дополнительных ресурсов (трудовых, материальных и т.п.) относятся к:</p> <p>А) Экстенсивным</p> <p>Б) Перспективным</p> <p>В) Относительным</p>	<p>А) Экстенсивным</p>

## Тест 2

Вопрос	Ответ
<p>1. Что выполняет коэффициент рентабельности продаж?</p> <p>а) показывают эффективность использования собственного и заемного капитала</p> <p>б) показывает способность компании использовать оборотный и необоротный капитал и сколько единиц денежных средств необходимо медиапредприятию для получения единицы прибыли</p> <p>в) показывает долю валовой, чистой и операционной прибыли на одну единицу продаж</p>	<p>в) показывает долю валовой, чистой и операционной прибыли на одну единицу продаж</p>
<p>2. Если присутствуют стабильные экономические условия хозяйствования, то основным путем увеличения прибыли от реализации продукции будет являться:</p> <p>а) увеличение себестоимости в части нематериальных затрат</p> <p>б) снижение себестоимости в части материальных затрат</p> <p>в) снижение нематериальных затрат</p>	<p>б) снижение себестоимости в части материальных</p>
<p>3. От чего будет зависеть величина прибыли?</p> <p>а) создания конкурентоспособных условий продажи своих товаров</p> <p>б) от объема производства</p> <p>в) все варианты верны</p>	<p>в в) все варианты верны</p>
<p>4. Что будет значить соизмерение прибыли с затратами?</p> <p>а) доход</p> <p>б) расход</p> <p>в) норму рентабельности</p>	<p>в) норму рентабельности</p>
<p>5. Показателем чего выступает прибыль медиапредприятия?</p> <p>а) экономического эффекта</p> <p>б) экономической эффективности</p> <p>в) рентабельности производства</p>	<p>а) экономического эффекта</p>

<p>6. Как определяют чистую прибыль медиапредприятия?</p> <p>а) как разницу между балансовой прибылью и обязательными отчислениями от прибыли в бюджет</p> <p>б) как разницу между валовым доходом медиапредприятия и совокупными издержками на производство и реализация продукции медиапредприятия</p> <p>в) как разницу между выручкой и совокупными затратами на производство и реализацию продукции</p>	<p>а) как разницу между балансовой прибылью и обязательными отчислениями от прибыли в бюджет</p>
<p>7. Прибыль – это...</p> <p>а) источник средств для осуществления инвестиций</p> <p>б) конечный финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности медиапредприятия, показатель ее эффективности</p> <p>в) источник формирования платежей в бюджет</p>	<p>б) конечный финансовый результат производственно-хозяйственной деятельности медиапредприятия, показатель ее эффективности</p>
<p>8. Как рассчитывается прибыль от реализации продукции?</p> <p>а) сумма всех товаров</p> <p>б) разность между выручкой от реализации продукции</p> <p>в) разность между выручкой от реализации продукции без налога на добавленную стоимость</p>	<p>в) разность между выручкой от реализации продукции без налога на добавленную стоимость</p>
<p>9. От чего зависит общая масса получаемой прибыли?</p> <p>а) объема продаж и уровня цен</p> <p>б) уровня цен</p> <p>в) масштабов деятельности</p>	<p>а) объема продаж и уровня цен</p>
<p>10. Необходимо найти слово или выражение, которое будет обобщением перечисленных терминов.</p> <p>а) внедрение новых технологий</p> <p>б) экономное расходование имеющихся ресурсов</p> <p>в) совершенствование организации труда</p> <p>г) повышение эффективности производства</p>	<p>г) повышение эффективности производства</p>

Критерии и шкала оценивания выполнения тестовых заданий

Для перевода баллов в оценку применяется универсальная шкала оценки образовательных достижений.

Если обучающийся набирает

от 90 до 100% от максимально возможной суммы баллов - выставляется оценка «отлично»;

от 80 до 89% - оценка «хорошо»,

от 60 до 79% - оценка «удовлетворительно»,

менее 60% - оценка «неудовлетворительно».

## 5.2. Вопросы к экзамену

1. Понятие медиаэкономика (Media Economics).
2. Понятие медиапродукт.
3. Основные концепции медиаэкономики.
4. Специфика медиаэкономики.
5. Сущность и структура медиапланирования
6. Цели и задачи медиапланирования.
7. Основные рыночные стратегии предприятий СМИ.
8. Экономика печатных СМИ.
9. Экономика телевидения.

10. Экономика радиоиндустрии.
11. Экономические основы онлайн-СМИ.
12. Количественные показатели в медиапланировании.
13. Стратегическое планирование в медиапланировании.
14. Тактическое планирование в медиапланировании.
15. Медиаплан. Виды медиапланов. Специфика составления медиаплана.
16. Различия между понятиями медиа, медиаиндустрия, медиабизнес.
17. Характеристика основных бизнес-моделей, применяемых в медиаиндустрии.
18. Влияние формы собственности на функционирование медиаединиц.
19. Роль государства на медиарынке, нормативно-правовое регулирование медиа бизнеса.
20. Соотношение медиарынка и рекламного рынка медиа.
21. Перечислите ключевые направления исследований, необходимые при изучении медиарынка.
22. Понятие «эффективность». Критерии оценки эффективности.
23. Методы исследования эффективности.
24. Основные составляющие для оценки эффективности функционирования отдельных медиаединиц и медиарынка в целом.
25. Основные группы методов при оценке эффективности деятельности в медиа

### ***Критерии оценивания***

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме экзамена** определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

«Отлично» – обучающийся глубоко и прочно усвоил весь программный материал, исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно его излагает, не затрудняется с ответом при видоизменении задания, свободно справляется с задачами и практическими заданиями, правильно обосновывает принятые решения, умеет самостоятельно обобщать и излагать материал, не допуская ошибок.

«Хорошо» – обучающийся твердо знает программный материал, грамотно и по существу излагает его, не допускает существенных неточностей в ответе на вопрос, может правильно применять теоретические положения и владеет необходимыми умениями и навыками при выполнении практических заданий.

«Удовлетворительно» – обучающийся усвоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении программного материала и испытывает затруднения в выполнении практических заданий.

«Неудовлетворительно» – обучающийся не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки, с большими затруднениями выполняет практические задания, задачи.

Знания, умения и навыки обучающихся при промежуточной аттестации **в форме зачета** определяются «зачтено», «не зачтено».

«Зачтено» – обучающийся знает курс на уровне лекционного материала, базового учебника, дополнительной учебной, научной и методологической литературы, умеет привести разные точки зрения по излагаемому вопросу.

«Не зачтено» – обучающийся имеет пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий.

При использовании 100-балльной шкалы оценивания при промежуточной аттестации, знания, умения и навыки обучающихся определяются в данной шкале и переводятся в оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», «зачтено», «не зачтено»

### **Шкала перевода баллов в оценки при промежуточной аттестации в форме зачета**

<b>Оценка</b>	<b>Минимальное количество баллов</b>	<b>Максимальное количество баллов</b>
Отлично	90	100
Хорошо	75	89
Удовлетворительно	60	74
Неудовлетворительно	0	59