

9-10 классы

**КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ (всего 100 баллов) заданий по тексту**

**Бордюк Т. 2020. «Газпром-медиа» продаст «ТНТ Music» и выкупит Rutube // Ведомости. <https://www.vedomosti.ru/media/articles/2020/12/18/851519-gazprommedia-prodast-tnt-music-i-vikupit-rutube>**

**«Газпром-медиа» продаст «ТНТ Music» и выкупит Rutube**

№ задания	Формулировка задания	Критерии оценки и примеры	Максимальная сумма баллов	Баллы и примечания
1	<p>Кратко объясните, что означают упомянутые в тексте термины:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. товарный знак</li> <li>2. пользовательский контент</li> <li>3. бенефициар</li> <li>4. онлайн-дистрибьютор</li> <li>5. экосистема видеосервисов</li> </ol>	<p><b>Формулировки правильных ответов могут различаться. Снижение баллов возможно за неточный или частично верный ответ.</b></p> <p><b>Примеры верных ответов:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. товарный знак - охраняемое право интеллектуальной собственности; обозначение, служащее для индивидуализации товаров юридических лиц или индивидуальных предпринимателей; в качестве товарных знаков могут быть зарегистрированы словесные, изобразительные, объемные и другие обозначения или их комбинации. Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что это «право интеллектуальной собственности».</li> <li>2. пользовательский контент - любой контент (текст, видео, изображение, обзоры, отзывы, комментарии и т. д.), созданный людьми, а не брендами. Для того, чтобы ответ считался верным или частично верным необходимо упоминание того, что это контент, созданный людьми/пользователями, а не компаниями.</li> <li>3. бенефициар – выгодоприобретатель, физическое или юридическое лицо, которому предназначен денежный платёж; получатель денег.</li> <li>4. онлайн-дистрибьютор - предприятие, которое официально представляет производителя (вендора) на какой-либо территории,</li> </ol>	15	<p><b>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждое из 5 определений.</b></p> <p><b>За каждое определение:</b></p> <p>3 балла- приведено определение по понятию, определение является полным, отсутствуют ошибки и неточности;</p> <p>1-2 балла.- приведено определение по понятию, в котором присутствует 1-2 неточности ИЛИ приведено неполное определение;</p> <p>0 баллов - определение не приведено ИЛИ не является верным. По определению “товарный знак” нет упоминания того, что это «право интеллектуальной собственности».</p>

		<p>осуществляет ввоз товаров, хранение, сбыт и гарантийное обслуживание посредством технологий дистанционного (онлайн) взаимодействия.</p> <p>5. экосистема видеосервисов - набор собственных или партнерских сервисов (видеосервисов), часто объединенных вокруг одной компании.</p>		
--	--	---	--	--

2	<p>Поясните в 2-3 предложениях, для чего холдинг «Газпром-медиа» приобретает долю в ООО «Руформ» и продает часть компании ООО «ТНТ-Музыкальный»?</p>	<p><b>Формулировки ответов могут различаться. Учитывается упоминание следующей информации:</b>  «Руформ» необходим холдингу для построения «полноценной экосистемы видеосервисов, адресованной сегментам аудитории с разными моделями видеопотребления».  ООО «ТНТМузыкальный» является непрофильным активом.</p>	10	<p><b>Баллы выставляются следующим образом.</b>  6-10 баллов: В ответе присутствуют обе причины или указаны дополнительные обоснованные причины со ссылкой на текст кейса. Снижение балла обусловлено присутствием неточностей.  1-5 баллов: В ответе присутствует только одна из причин. Снижение балла обусловлено присутствием неточностей.  0 баллов: Причины отсутствуют или не являются верными.</p>
3	<p>Укажите по 3 основных преимущества и недостатка развития российского аналога Youtube для государства и медиахолдингов.  1. Три преимущества и три недостатка развития российского аналога Youtube для государства  2. Три преимущества и три недостатка развития российского аналога Youtube для медиахолдингов</p>	<p><b>Формулировки правильных ответов могут различаться. Возможные варианты ответов представлены ниже.</b>  <b>Примеры преимуществ развития российского аналога Youtube для государства:</b>  - замедление утечки капитала, рекламные бюджеты не утекают за границу;  - способствует развитию IT и медиа в стране и в целом благотворно влияет на экономическое развитие  <b>Примеры недостатков:</b>  - Необходимость поддержания такого развития субсидиями и налоговыми льготами в условиях высокой конкуренции с иностранными компаниями  <b>Примеры преимуществ и недостатков для медиахолдингов</b>  <b>Преимущества:</b>  - генерация дополнительных доходов от баннерной и контекстной рекламы, которые сейчас уходят Youtube;  - расширение аудитории за счет включения новых сегментов и др.  - расширение возможностей партнёрства и взаимодействия - с российской компанией гораздо проще договориться о совместной деятельности, установить партнёрские связи, создать совместный проект.  <b>Недостатки:</b>  - из-за того, что государству проще регулировать такую платформу, медиахолдинги могут столкнуться с гораздо более жёсткой цензурой, чем та, которую государство могло наложить на иностранные сервисы</p>	20	<p><b>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждый из 4 разделов.</b></p> <p><b>Каждый раздел</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Преимущества для государства</li> <li>2. Преимущества для медиахолдингов</li> <li>3. Недостатка для государства</li> <li>4. Недостатки для медиахолдингов</li> </ol> <p><b>оценивается отдельно по 5-балльной шкале:</b></p> <p>5 баллов- верно указано 3 и более преимущества / недостатка;  3 балла - верно указано 2 преимущества / недостатка;  1 балл - верно указано 1 преимущество / недостаток;  0 баллов - ответа нет, либо ответ неверный.</p> <p>Максимальная сумма 20 баллов выставляется только если верно указаны 3 и более преимущества и 3 и более недостатка для:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Медиахолдингов</li> <li>● Государства</li> </ul>

<p><b>4</b></p>	<p>9 декабря 2020 г Роскомнадзор обратился к видеохостингу YouTube с требованием снять ограничения доступа к некоторому контенту российских телеканалов и подал иск к YouTube и Google. 10 декабря Госдума приняла в первом чтении законопроект о блокировке интернет-ресурсов за цензуру российских СМИ. 1. Объясните в 2-4 предложениях кто является заинтересованными сторонами в принятии данного законопроекта? 2. Какие последствия могут возникнуть при принятии данного законопроекта?</p>	<p><b>Оценка за задание складывается как сумма баллов за ответы на каждую из 2 частей вопроса:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Перечисление заинтересованных сторон (максимум 5 баллов) <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Роскомнадзор</li> <li>b. Youtube</li> <li>c. Google</li> <li>d. Пользователи</li> <li>e. Государство</li> </ol> </li> <li>2. Описание последствий принятия законопроекта (максимум 5 баллов)</li> </ol> <p>Например, перераспределение рекламных бюджетов между российскими компаниями, для игроков медиарынка может быть потеря доходов от рекламы в Youtube, для рекламодателей – сложности с доступом к аудитории видеосервиса.</p>	<p><b>10</b></p>	<p><b>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждую из 2 частей</b></p> <p><b>Часть 1. Заинтересованные стороны</b>  1-5 баллов: в зависимости от количества упомянутых стейкхолдеров;  <b>0 баллов:</b> не упомянут ни один из перечисленных стейкхолдеров</p> <p><b>Часть 2. Последствия принятия законопроекта</b>  4-5 баллов: указаны конкретное последствие, вовлеченные стороны последствия, направление эффекта последствия  1-3 балла: указаны конкретное последствие без упоминания взаимосвязи с вовлеченными сторонами и/или направлением эффекта последствия  0 баллов: нет ответа / ответ неверный</p>
-----------------	--	--	------------------	--

5	<p>Рассчитайте средние финансовые показатели ООО «Руформ» и ООО «ТНТ-Музыкальный» за 2018-2019 годы, сравните их экономическое положение между собой, сделайте выводы, используя, в том числе, динамику абсолютных и относительных показателей</p>	<p><b>Решение состоит из двух частей: расчетная часть и аналитическая часть.</b>  <b>Пример решения расчетной части:</b>  <b>Руформ</b>  Выручка  2019 – 1,8 млрд. руб.  2018 – 1,2 млрд. руб.  Прибыль  2019 – -5 млн. руб.  2018 – 35,7 млн. руб.  <b>ТНТ Музыкальный</b>  2019 – 3,7 млрд. руб.  2018 – 2,4 млрд. руб.  Прибыль  2019 – 54 млн. руб.  2018 – 5,1 млн. руб.</p> <p>В качестве абсолютных показателей динамики могут быть проанализированы абсолютные приросты выручки и прибыли компаний, в качестве относительных показателей динамики могут быть проанализированы темпы роста выручки и прибыли компаний. Использование других абсолютных и относительных показателей динамики (при условии корректности расчетов) не является основанием для снижения баллов.  Прирост выручки Руформ – 0,6 млрд. р., ТНТ – 1,3 млрд. р.  Прирост прибыли Руформ - -40,7 млн. р., ТНТ – 38,9 млн.р.  Темп роста выручки Руформ – 1,5, ТНТ – 1,54  Темп роста прибыли Руформ - -0,14, ТНТ – 10,58</p> <p><b>Пример корректного ответа в аналитической части:</b></p>	20	<p><b>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов, полученных участником за каждую из 2 частей</b>  <b>Часть 1. Расчеты</b>  10 баллов: решение (и логика, и расчеты) совпадает с эталонным, нет арифметических ошибок, указаны единицы измерения;  5-9 баллов: логика совпадает с эталонной, есть арифметические ошибки, и/или не указаны единицы измерения;  1-4 балла: присутствует логика решения, есть значительные арифметические ошибки;  0 баллов: решение отсутствует либо оно неверное, используются некорректные показатели.  <b>Часть 2. Выводы</b>  6-10 баллов: приведены адекватные выводы, в которых есть прямые ссылки на проведенные расчеты, в выводах приведен анализ всех рассчитанных показателей;  1-5 баллов: приведены адекватные выводы, в которых есть прямые ссылки на проведенные расчеты; в выводах приведен анализ НЕ всех рассчитанных показателей.  0 баллов: корректные выводы отсутствуют, нет необходимых показателей.</p>
6	<p>Исходя из данных о результативности работы ООО «Руформ» в 2018-2019 гг., чистый убыток компании в 2019 году составил 5 млн. руб., однако выручка при этом увеличилась на 600 млн. руб. Перечислите 5 возможных причин, по которым могла возникнуть данная ситуация. Рекомендуем подумать над структурой затрат холдинга.</p>	<p>Причинами возникновения убытка при росте выручки могут быть инвестиции в создание нового контента, дорогостоящая рекламная кампания по продвижению сервиса и другие.</p>	10	<p>Итоговая оценка складывается из суммы баллов за указание возможных причин. За верное указание каждой причины ставится 2 балла  10 баллов: верно указаны 5 или более причин;  1-8 баллов: указаны 1-4 причины и/или часть причин сформулированы расплывчато или не являются верными;  0 баллов: ответа нет, либо ответ неверный</p>

7	Используя данные таблицы* и кейса, дайте обоснованный ответ на вопрос: удалось ли холдингу «Газпром-медиа» достичь своей стратегической цели после завершения сделки по купле-продаже долей в медийных каналах Rutube и TNT.	В статье указано, что за счет приобретения актива «на фоне растущей популярности в молодежной среде коротких вертикальных форматов «Газпром» дополнит экосистему ресурсом, ориентированным на такую модель». Как показывают данные из таблицы в сегментах 12-24, 25-34 лет показатель Reach (количество человек, которые зашли на страницы медийных каналов хотя бы 1 раз за период) для Rutube существенно выше, поэтому можно считать, что цель достигнута.	15	<b>Итоговая оценка выставляется путем суммирования баллов за каждую часть решения.</b> Снижение баллов возможно за неточный или частично верный ответ. 0-3 балла: на основании информации указана стратегическая цель компании «Газпром»; 0-4 балла: указано, что цели удалось достичь; 0-8 баллов: представлен анализ показателей из таблицы близкий к эталонному
---	--	---	----	---

\*Данные мониторинга медийных каналов компании Медиаскоп (апрель 2019 года) <https://mediascope.net/data/>

	Население России 0+, 12-64 лет		12-24 лет		25-34 лет		35-64 лет	
	Reach	Reach Row%	Reach	Reach Row%	Reach	Reach Row%	Reach	Reach Row%
Rutube	2821,6	100,0	588,6	20,9	847,5	30,0	1385,8	49,1
TNT-Телесеть	1281,6	100,0	342,6	26,7	457,9	35,7	481,1	37,5

Пояснение к таблице: Reach — количество человек, которые зашли на страницы медийных каналов хотя бы 1 раз за период. Выражено в тысячах человек. Reach Row% — доля соц.-дем. группы в аудитории медийного канала (%).