

Министерство культуры Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«ВСЕРОССИЙСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
КИНЕМАТОГРАФИИ ИМЕНИ С.А. ГЕРАСИМОВА» (ВГИК)**

Филиал ВГИКа в г. Хабаровске (Хабаровский край)

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебно-методической работе ВГИКа

_____ И.В. Коротков

« ____ » _____ 2025 г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ
«МЕДИАПРОСТРАНСТВО: СОДЕРЖАНИЕ, МОДЕЛИ,
ПРАКТИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ»**

Специальность 55.05.04 Продюсерство

Специализация программы специалитета: Продюсер кино и телевидения

Форма обучения: очная

Хабаровск, 2025 г.

Рабочая программа учебной дисциплины составлена на основании ФГОС ВО, утверждённого приказом Министерства образования и науки № 734 от 01 августа 2017 г. по направлению подготовки 55.05.04 «Продюсерство», одобрена на заседании кафедры продюсерского мастерства, согласована с деканом продюсерского факультета Л.А. Ланиной, начальником отдела по методической работе В.В. Атаманом, зав. библиотекой В.М. Шипулиной.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины
4. Объем дисциплины и виды учебной работы
5. Содержание дисциплины
 - 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий
 - 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины
6. Самостоятельная работа обучающихся
7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины
 - Основная литература*
 - Дополнительная литература*
 - Периодические издания*
 - Нормативные правовые документы*
8. Перечень информационно-телекоммуникационных ресурсов, необходимых для освоения дисциплины
9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине
10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине
11. Особенности организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья
12. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

1. Цели и задачи дисциплины

Цели дисциплины – дать обучающимся необходимые знания по актуальным экономическим проблемам функционирования медиа в целом и телевидения, в частности, формирование умения решать следующие профессиональные задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

художественно-творческая деятельность:

- анализировать предпосылки и иметь представление о современной ситуации на мировом и российском рынке медиа;
- понимать закономерности поведения зрительской аудитории и осуществлять оценку художественных достоинств телевизионных передач и сериалов;
- давать квалифицированную оценку творческим проектам, используя стратегический менеджмент и практические подходы для максимально эффективной реализации художественных проектов в аудиовизуальной сфере;

организационно-производственная деятельность:

- проводить анализ организационно-хозяйственной деятельности медиаструктур, выявлять их направления, стратегические модели и структуру;
- сравнивать бизнес-практики российских и зарубежных медиа для поиска наиболее эффективной модели функционирования медиакомпаний;
- применять экономические и математические модели для понимания бизнес-процессов в сфере медиа;
- объединять знания о сегментировании зрителей и телевизионном программировании для создания наиболее привлекательного аудиовизуального продукта для всех участников творческо-производственной деятельности.

Задачи дисциплины состоят в:

- освоении обучающимися теоретических знаний о ключевых секторах рынка медиа и их бизнес-моделях;
- освоении обучающимися прикладных знаний для осуществления эффективной деятельности организаций аудиовизуальной сферы в условиях цифровизации;
- привитии навыков использования полученных знаний в практической деятельности продюсера для привлечения зрителей к создаваемым аудиовизуальным произведениям.

Дисциплина направлена на формирование у обучающихся знаний, умений и навыков, которые позволят студентам понимать структуру телевизионной отрасли, усвоить роль продюсера в формировании проекта, интересного для постоянно развивающегося медиарынка, а также грамотно применять процессы стратегического менеджмента и оптимизировать ресурсное обеспечение проекта.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Медиапространство: содержание, модели, практические подходы функционирования» относится к Обязательной части Блока 1. Дисциплины (модули), её изучение осуществляется на 3 курсе в 5-м семестре.

Её изучение базируется на знаниях, умениях и практических навыков, полученных обучающимися в процессе изучения таких дисциплин, как «Мастерство

продюсера», «Организационно-экономический механизм функционирования организаций аудиовизуальной сферы», «Организация производства аудиовизуальной продукции», «Экономика аудиовизуальной сферы».

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся обязательной профессиональной компетенции ПКО-3 (Табл. 1).

Таблица 1

Код и наименование профессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции
ПКО-3.Способен организовывать и обеспечивать технологические процессы создания проектов в аудиовизуальной сфере	<p>ПКО-3.1. знает основы продюсирования, управления, организации и экономики в сфере аудиовизуальных искусств</p> <p>ПКО-3.2. умеет осуществлять организацию и контроль обеспечения съемочной группы материалами, техническими и постановочными средствами</p> <p>ПКО-3.5. владеет знаниями о ресурсном обеспечении технологического процесса создания проектов в аудиовизуальной сфере</p>

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- экономические категории и модели, действующие в отраслях медиа, в первую очередь на телевизионном рынке;
- субъекты и модели телевизионного рынка, его общую морфологию;
- предпочтения современного зрителя и методики их сегментирования;
- механизмы государственного регулирования и государственной поддержки телевидения;
- нормативные акты, регламентирующие коммерческую и рекламную деятельность;

уметь:

- использовать имеющиеся экономические знания для оценки результатов деятельности предприятий сферы медиа;
- проводить анализ организационно-хозяйственной деятельности медиаструктур;
- обосновывать целесообразность осуществления выдвинутых проектов, их окупаемость и прибыльность;
- вырабатывать тактику бизнес-продвижения аудиовизуальных произведений;

владеть:

- методами экономической оценки;
- навыками организации управления предприятием сферы медиа;
- навыками сбора, систематизации и анализа экономической информации, отражающей специфику деятельности предприятий сферы медиа;
- методами планирования творческо-производственных процессов.

4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 академических (108 астрономических) часа. По дисциплине предусмотрена контрольная работа. Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой (5-й семестр).

Таблица 2

Вид учебной работы	Количество часов			
	Всего по уч. плану	В том числе по семестрам		
		5	6	
Работа с преподавателем (контактные часы):	60	60	–	
Теоретический блок:				
Лекции	30	30	–	
Практический блок:				
Практические и семинарские занятия	30	30	–	
Самостоятельная работа	78	78	–	
Контрольная работа	*	*	–	
Форма промежуточной аттестации – зачет с оценкой	6	6		
ИТОГО:	Акад. час.	144	144	–
	З. е.	4	4	–

5. Содержание дисциплины

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Таблица 3

Наименование тем	Количество часов			
	Всего	лек.	практ.	СРС
Тема 1. Российское медиапространство	10	2	2	6
Тема 2. Трансформация медийной парадигмы в цифровую эпоху				5
Тема 3. Морфология российской телеиндустрии				5
Тема 4. Сегментирование зрителей				5
Тема 5. Ситуация на зарубежном телевизионном рынке				5
Тема 6. Предпочтения российского зрителя				5
Тема 7. Модели телевизионного программирования	9	2	2	5
Тема 8. Применение стратегического менеджмента в телевизионной среде	7	2	-	5
Тема 9. Рейтинги наиболее популярных российских телеканалов	12	2	4	6
Тема 10. Стратегические модели крупных медиахолдингов на примере ВГТРК	9	2	2	5
Тема 11. Анализ региональных медиахолдингов на примере холдинга «Москва Медиа»	9	2	2	5

Наименование тем	Количество часов			
	Всего	лек.	практ.	СРС
Тема 12. Стриминговые каналы в России и зарубежом: ситуация и перспективы	18	4	4	10
Тема 13. Общий анализ телевизионной сферы с 2010 года и обзор пандемических последствий на телеиндустрию (2020-2021 гг.)	10	2	2	6
Тема 14. Прогнозы на телевизионном рынке до 2030 года	9	2	2	5
Зачет с оценкой	6			
Итого за семестр:	144	30	30	78

5.2. Содержание разделов, тем дисциплины

Теоретический блок

Тема 1. Российское медиапространство

Краткая история телевидения в России. Значение сейлс-хаузов для ТВ в эпоху 90-х. Определение медиа, российские подходы к медиа в современных условиях.

Тема 2. Трансформация медийной парадигмы в цифровую эпоху

Принцип трех А. Предпочтения аудитории среди крупных российских каналов до повсеместного внедрения Интернета. Различия сельского и городского телесмотрения. Динамика жанровой структуры. Влияние кризисов на объемы медиарекламного рынка.

Тема 3. Морфология российской телеиндустрии

Эфирные и неэфирные телеканалы. Развитие кабельных и нишевых каналов. Структура телеканалов. Роль и значение компаний, занимающихся исследованием телевизионных аудиторий.

Тема 4. Сегментирование зрителей

Советская сегментация потребителей СМИ. Сегментация на основе психографики. Сегментация АЦВИ и расчеты TNS для расчета рейтингов, охвата и доли.

Тема 5. Ситуация на зарубежном телевизионном рынке

Характеристики и тенденции. Основные коммерческие модели. Телеканал BBC как образец общественного телевидения. Структуры медиарынка Британии, Германии, Франции, Японии. Крупнейшие телесети. Схема «чистого» коммерческого ТВ на основе ABC и NBC. Методики программирования.

Тема 6. Предпочтения российского зрителя

Динамика интересов населения России с начала 2000-х и до современности. Контент, жанровые предпочтения, способы его просмотра. Отток аудитории в Интернет, пути ее удержания.

Тема 7. Модели телевизионного программирования

Программные стратегии российских телеканалов: советская и российская системы. Горизонтальное/вертикальное программирование. Роль Видео Интернешнл в анализе современной телевизионной аудитории. Сравнение

американского и российского программирования. Теории поведения зрителей, критерии отбора программ.

Тема 8. Применение стратегического менеджмента в телевизионной среде

Концепции Портера, семь сил отраслевой конкуренции. Общая оценка ресурсов и отраслевые барьеры. Роль производителей контента в этой системе. Ключевые компетенции телекомпаний.

Тема 9. Рейтинги наиболее популярных российских телеканалов

Общие цифры долей и рейтингов. Динамика с 2015 год. Рейтинги прайм-тайм сериальной продукции. Рейтинги пятничного прайма, дневных шоу и воскресных гранд-шоу. Значение «форматных» проектов.

Тема 10. Стратегические модели крупных медиахолдингов на примере ВГТРК

Направления холдинга ВГТРК. Стратегические модели телеканала «Россия 1» и его структура, выход на первое место в большой тройке. Роль спортивного контента в холдинге, бизнес-модель канала «Россия-2». Сравнение с «Газпром Медиа» и АО «Первый канал».

Тема 11. Анализ региональных медиахолдингов на примере холдинга «Москва Медиа»

Существующие стратегии холдинга. Диверсификация как основа стратегического потенциала. Финансово-хозяйственная деятельность холдинга.

Тема 12. Стриминговые каналы в России и зарубежом: ситуация и перспективы

Развитие стриминговых телесетей в Америке, формирование новой бизнес-модели стримингов на базе Netflix. Зарождение стриминга в России. Изучение основных онлайн-платформ с собственными проектами. Их роль в общем объеме медиарекламного рынка. Ко-продукционные проекты с крупными холдингами.

Тема 13. Общий анализ телевизионной сферы с 2010 года и обзор пандемических последствий на телеиндустрию (2020-2021 гг.)

Изменение общего зрительского телесмотрения. Новый общий портрет среднестатистического зрителя. Анализ общего объема рекламы СМИ за десятилетие. Соперничество со стриминг-сервисами. Влияние пандемии на рынок медиа и рекламы.

Тема 14. Прогнозы на телевизионном рынке до 2030 года

Создание аффилированных онлайн-платформ крупными медиахолдингами. Изменение функции телевидения. Модернизация законодательства для комфортного взаимодействия всех участников рынка медиа.

Практический блок

Тема 1. Российское медиапространство

Семинар. Обсуждение всех теорий создания телевидения. Анализ параллельного развития телевидения в СССР и США.

Тема 2. Трансформация медийной парадигмы в цифровую эпоху

Семинар. Выявление предпочтения зрителей, значимость появления нишевых каналов, рост телевизионного предложения.

Тема 3. Морфология российской телеиндустрии

Эссе. Написание обучающимися эссе на тему «Будущее телевидения, его роль в современном медиапространстве. Устные выступления, общие обсуждения.

Тема 7. Модели телевизионного программирования

Практическое задание. Создание студентами сетками вещания для крупного и для нишевого телеканала на основе полученных знаний.

Тема 9. Рейтинги наиболее популярных российских телеканалов

Контрольная работа. По описанию, актерскому составу и режиссеру определить вероятный рейтинг проекта, телеканал, для которого он производится, и место в сетке вещания.

Тема 10. Стратегические модели крупных медиахолдингов на примере ВГТРК

Семинар. Обсуждение методик стратегического менеджмента, наиболее успешных для медиасферы. Сравнение российской и зарубежной практики

Тема 11. Анализ региональных медиахолдингов на примере холдинга «Москва Медиа»

Семинар. Обсуждение финансово-организационного состояния небольших региональных каналов, а также развитие «Пятого канала» - единственного регионального канала, ставшим федеральным и вошедшим во второй мультиплекс.

Тема 12. Стриминговые каналы в России: ситуация и перспективы

Семинар. Механики производства и рекламы контента на стриминговых каналах. Обсуждение динамики рынка OTT и сравнение моделей основных крупных игроков на рынке стриминга: Okko, Start, Ivi, Кинопоиск.

Тема 13. Общий анализ телевизионной сферы с 2010 года и обзор пандемических последствий на телеиндустрию (2020-2021 гг.)

Семинар. Обсуждение сравнительных исследований и официальных отраслевых докладов о состоянии и тенденции развития телевидения.

Тема 14. Прогнозы на телевизионном рынке до 2030 года

Контрольная работа. Итоговый тест на основе полученных за семестр знаний.

Занятия с применением инновационных форм

Наименование тем лекций, семинаров, практических занятий	Вид занятий, количество часов		Активные и интерактивные формы обучения (описание)
	Лекции	Практ. и сем. зан.	
Тема 1. Российское медиапространство	2	2	Лекция с использованием исторических и аналитических материалов. Обсуждение вопросов темы.
Тема 2. Трансформация медийной парадигмы в цифровую эпоху	2	2	Лекция с использованием нормативных материалов и материалов отраслевой статистики. Обсуждение вопросов темы, разбор проблемных ситуаций.

Наименование тем лекций, семинаров, практических занятий	Вид занятий, количество часов		Активные и интерактивные формы обучения (описание)
	Лекции	Практ. и сем. зан.	
Тема 3. Морфология российской телеиндустрии	2	8	Лекция с использованием материалов АЦВИ, Видео Интернешнл, телекомпаний
Тема 4. Сегментирование зрителей	2	-	Лекция с использованием отраслевой статистики
Тема 5. Ситуация на зарубежном телевизионном рынке	2	-	Лекция с практическими примерами
Тема 6. Предпочтения российского зрителя	2	-	Развернутая лекция с обсуждением реальных статистических исследований по конкретным телевизионным проектам
Тема 7. Модели телевизионного программирования	2	2	Лекция с анализом современных принципов программирования при использовании материалов телекомпаний. Выполнение практического задания – создание сетки вещаний
Тема 8. Применение стратегического менеджмента в телевизионной среде	2	-	Лекция с использованием нормативных материалов и теоретических материалов, разбор проблемных ситуаций
Тема 9. Рейтинги наиболее популярных российских телеканалов	2	4	Лекция с использованием видео материалов и разбором конкретных ситуаций. Выполнение контрольной работы, выступление обучающегося с ее результатами
Тема 10. Стратегические модели крупных медиахолдингов на примере ВГТРК	2	2	Лекция с практическими примерами, использование материалов телекомпаний, сравнение отечественной и зарубежной практики
Тема 11. Анализ региональных медиахолдингов на примере холдинга «Москва Медиа»	2	2	Лекция дискуссия с использованием отраслевой статистики и практическими элементами.
Тема 12. Стриминговые каналы в России и зарубежом: ситуация и перспективы	4	4	Лекция с использованием видео материалов и разбором конкретных ситуаций. Обсуждение вопросов темы.

Наименование тем лекций, семинаров, практических занятий	Вид занятий, количество часов		Активные и интерактивные формы обучения (описание)
	Лекции	Практ. и сем. зан.	
Тема 13. Общий анализ телевизионной сферы с 2010 года и обзор пандемических последствий на телеиндустрию (2020-2021 гг.)	2	2	Лекция с использованием статистических исследований, видео материалов и разбором конкретных ситуаций. Обсуждение и анализ зарубежной практики.
Тема 14. Прогнозы на телевизионном рынке до 2030 года	2	2	Лекция-дискуссия. Обсуждение последних нововведений в сфере медиа. Выполнение итогового теста.
Итого:	30	30	

Удельный вес занятий, проводимых в активных и интерактивных формах по дисциплине «Медиапространство: содержание, модели, практические подходы функционирования» составляет 100%.

6. Самостоятельная работа обучающихся

Самостоятельная работа обучающихся заключается в подготовке сообщений и докладов, самостоятельном изучении разделов курсов, повторении лекционного материала и материала учебников, изучении рекомендуемой литературы и нормативных актов, подготовке к практическим занятиям и семинарам, текущему контролю, итоговому контролю.

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы
Тема 1. Российское медиапространство	Самостоятельное изучение литературы
Тема 2. Трансформация медийной парадигмы в цифровую эпоху	Изучение материалов о создании «нишевых хвостов» в медиасфере
Тема 3. Морфология российской телеиндустрии	Работа с лекционным материалом, анализ основных организационно-правовых форм холдингов, влияние закона о СМИ
Тема 4. Сегментирование зрителей	Анализ основных методик сегментирования, принятых в России и зарубежом
Тема 5. Ситуация на зарубежном телевизионном рынке	Самостоятельное изучение материалов Parrot Analytics
Тема 6. Предпочтения российского зрителя	Самостоятельная работа с материалами NeedScore и АЦВИ, отбор наиболее интересных для студента примеров рейтингового и пользовавшегося популярностью телепродукта (сериала, проекта и т.д.)

Наименование тем	Содержание самостоятельной работы
Тема 7. Модели телевизионного программирования	Работа с лекционным материалом (с представленными педагогами сетками вещания) для выполнения практического задания
Тема 8. Применение стратегического менеджмента в телевизионной среде	Самостоятельная изучение основных понятий и определений стратегического менеджмента для отбора ключевых компетенций телекомпаний согласно SWOT-матрице и концепции Портера
Тема 9. Рейтинги наиболее популярных российских телеканалов	Просмотр трейлеров и отрывков из наиболее популярных телесериалов России 1, НТВ, Первого канала, СТС и ТНТ
Тема 10. Стратегические модели крупных медиахолдингов на примере ВГТРК	Просмотр и анализ схем каналов холдинга и материалов, представленных преподавателем
Тема 11. Анализ региональных медиахолдингов на примере холдинга «Москва Медиа»	Просмотр статистических данных о развитии и функционировании региональных каналов в России
Тема 12. Стриминговые каналы в России и зарубежом: ситуация и перспективы	Просмотр отраслевых докладов «Телевидение в России», посвященных статистическим данным стриминговых сервисов. Просмотр наиболее популярных стриминговых зарубежных и российских проектов
Тема 13. Общий анализ телевизионной сферы с 2010 года и обзор пандемических последствий на телеиндустрию (2020-2021 гг.)	Просмотр статистики медиапотребления и рекламных расходов на телевизионном рынке.
Тема 14. Прогнозы на телевизионном рынке до 2030 года	Итоговый тест на основе полученных за знаний

7. Перечень учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины

Основная литература

1. Управление проектом: Учебное пособие / Под ред. В.И. Сидоренко, Ю.В. Криволицкого, П.К. Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
2. Продюсерство. Основы фильмопроизводства. Техника и технология: Учебное пособие / Под ред. В.И. Сидоренко – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017.
3. Парсаданова Т.Н. Телепродюсерство. Современные аспекты: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2016.
4. Немировская М.Л. Телевидение как среда для реализации продюсерских проектов: Монография. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
5. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям/Под ред. П.К. Огурчикова, В.В. Падейского, В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2014.

6. Профессия – продюсер кино и телевидения. /Под ред. П.К. Огурчикова, В.И Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013
7. Продюсерство. Управленческие решения / Под ред. В.С. Малышева, Ю.В. Кривошукского. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012.
8. Продюсер и авторы визуального ряда фильма: Учебное пособие /Под общ. ред. В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2018.
9. Ресурсы кинобизнеса: учебное пособие /Под общ. ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова, М.В. Шадринной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019.
10. Ресурсы кинобизнеса: Учебное пособие /Под общ. ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова, М.В. Шадринной. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2019.
11. Парсаданова Т.Н. Продюсирование телевизионного контента. Актуальные проблемы: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство». – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.
12. Кинопроект. Практикум начинающего продюсера: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство» / Под ред. В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.
13. Голядкин Н.А. История отечественного и зарубежного телевидения. – М.: Аспект Пресс, 2016.
14. Кэллсон Кэтрин Продюсирование на телевидении. – М.: Издательство Гревцов Паблишер Страниц, 2008.
15. Вартанова Е.Л. Медиасистема России. – М.: Аспект-Пресс, 2021.

Дополнительная литература

1. Чалдаева Л.А. и др. Экономика организации: Учебник и практикум для академического бакалавриата / Под ред. Л.А. Чалдаевой, А.В. Шарковой. – 2-е изд., перераб. и доп. – М.: Издательство Юрайт, 2019. — 361 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-06688-3. — Текст электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://biblio-online.ru/bcode/433452>.
2. Сборник задач, тестов и заданий по основам продюсерства и менеджмента (аудиовизуальная сфера) [Электронный ресурс]: Учебное пособие – Электрон. дан. – М.: ВГИК им. С.А. Герасимова, 2009. — 384 с. — Режим доступа: <https://e.lanbook.com/book/69359>.
3. Лапуста М.Г. и др. Предпринимательство: Учебник для вузов. – М.: ИНФРА-М, 2006.
4. Макнаб Д. Профессия: кинопродюсер. /Пер. с англ./ – М.: РИПОЛ классик, 2014.
5. Роднянский А. Выходит продюсер. – М.: Манн, 2022 (цифровая книга)
6. Норкин А. От НТВ до НТВ. – М.: Эксмо, 2016 (цифровая книга)
7. Исследования Аналитического центра «Видео Интернешнл»
8. Ежегодные отраслевые доклады «Телевидение в России».
9. Зубков А.С. Телевизионный бизнес. – М.: АНО Школа издательского и медиа бизнеса, 2012.
10. Дзялошинский И.М. Современное медиапространство России. – М.: Аспект-пресс, 2020.
11. Манович Л. Язык новых медиа. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2018.
12. Раш. М. Новые медиа в искусстве. – М.: Ад Маргинем Пресс, 2022.
13. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран: Учебное пособие /– М.: Аспект Пресс, 2003. (<http://evartist.narod.ru/text11/42.htm>)

Периодические издания

Action!
Broadcasting
Connect! Мир связи
Бюллетень кинопрокатчика
Вестник ВГИК
Кинобизнес сегодня
Синемаскоп
Телеспутник
Телецентр (журнал телецентра в Останкино)

Нормативные правовые документы

1. Закон РФ «О государственной поддержке СМИ и книгоиздания в РФ» 01.12.1995 № 191-ФЗ
2. Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» 27.12.1991
3. Закон Российской Федерации «Основы законодательства РФ о культуре» 9.10.1992 № 3613-1
4. Закон Российской Федерации «О вывозе и ввозе культурных ценностей» 15.04.1993. №4804
5. Федеральный Закон «О государственной поддержке кинематографии в Российской Федерации» 22.08.1996 № 126-ФЗ.
6. Закон РФ «О рекламе» (в ред. ФЗ от 09.02.2007 г. № 18 – ФЗ с изменениями, внесенными ФЗ от 18.12.2006 г.).
7. Указ Президента РФ «О дополнительных мерах государственной поддержки культуры и искусства в Российской Федерации» 12.11.1993, №1904
8. Указ Президента РФ «О мерах по усилению государственной поддержки культуры и искусства в Российской Федерации» 01.07.1996 г. № 1010
9. Постановление Правительства РФ от 17.07.2004 г. № 292 «О федеральном агентстве по печати и массовым коммуникациям».
10. Постановление Правительства РФ от 29.05.08 № 406 «Положение о Министерстве культуры».
11. «Концепция развития теле-радио вещания в РФ на 2008-2015 гг.», одобренная распоряжением Правительства РФ от 29.11.2007 г. № 1700-Р.
12. Проект закона «Об общественном теле-радио вещании».
13. Положение о Министерстве связи и массовых коммуникаций Российской Федерации (утверждено Постановлением Правительства РФ от 02 июня 2008.
14. Федеральная целевая программа «Развитие цифрового телерадиовещания в Российской Федерации на 2009 – 2018 гг.» (проект Минкомсвязи)
15. Законодательство РФ «О средствах массовой информации». – М.: Институт проблем информации и права, 2004.

8. Перечень информационно-телекоммуникационных ресурсов, необходимых для освоения дисциплины

Обучающимся обеспечен доступ к электронно-библиотечным системам: «Айбукс» (<https://ibooks.ru/home.php?routine=bookshelf>), «Юрайт» (<https://biblio-online.ru/>), «Лань» (<https://e.lanbook.com/>).

Электронные библиотеки, базы данных, информационно-справочные и поисковые системы.

– Электронная информационно-образовательная среда (ЭИОС) ВГИКа. Подробная информация о постоянно пополняемом объеме электронных информационных ресурсов ВГИК доступна на сайте университета: <http://www.vgik.info/library/information/>

- www.broadcasting.ru
- www.cineuropa.org
- www.kinoproducer.ru
- www.pwc.ru
- www.sostav.ru
- www.mkrf.ru
- www.kinobusiness.com
- www.kinoconsulting.ru
- www.proficinema.ru
- www.telecenter.ru
- www.telesutnik.ru
- www.telemultimedia.ru
- www.nevafilm.ru (аналитические материалы)

9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

При чтении лекций, проведении семинаров и практических занятий используется компьютерная техника для поиска исторических, аналитических и статистических материалов в сети Интернет (на сайтах аналитических и статистических изданий «Кинобизнес», «Бюллетень кинопрокатчика», «PwC», прокатных компаний, телекомпаний и др.), проекционная техника для демонстрации презентационных мультимедийных материалов, подготовленных преподавателями и обучающимися.

При изучении дисциплины используются следующие информационные технологии:

- 1) сбор, хранение, систематизация и выдача учебной и научной информации;
- 2) проверка домашних заданий и консультирование посредством электронной почты
- 3) подготовка и презентация итогов исследовательской и аналитической деятельности
- 4) самостоятельный поиск дополнительного учебного, аналитического и статистического материала, с использованием поисковых систем и сайтов сети интернет и баз данных;
- 5) использование социальных сетей, электронной почты преподавателей и обучающихся для рассылки, переписки и обсуждения возникших учебных проблем, проведения индивидуальных консультаций.

При изучении дисциплины необходимо стандартное программное обеспечение: ОС Windows, пакет программных средств офисного назначения MS Office, воспроизведения изображения и звука. Специальное программное обеспечение не требуется.

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Перечень необходимого материально-технического обеспечения для реализации рабочей программы дисциплины включает: лекционные аудитории, оснащенные учебной мебелью, видеопроекторным оборудованием для презентаций, компьютером, экраном, мультимедийным оборудованием, настольными лампами, библиотеку, компьютерные классы.

11. Особенности организации образовательного процесса для инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для обучающихся с ограниченными возможностями здоровья предлагается адаптированная программа высшего образования, которая осуществляется с учетом особенностей психофизического развития, индивидуальных возможностей и состояния здоровья таких обучающихся. Для обучающихся-инвалидов программа адаптируется в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида.

Специальные условия для получения высшего образования по программе высшего образования обучающимися с ограниченными возможностями здоровья включают:

- использование специальных образовательных программ и методов обучения и воспитания, включая наличие альтернативной версии официального сайта организации в сети «Интернет» для слабовидящих;

- использование специальных учебников, учебных пособий и дидактических материалов, включая альтернативные форматы печатных материалов (крупный шрифт или аудиофайлы);

- использование специальных технических средств обучения коллективного и индивидуального пользования, включая установку мониторов с возможностью трансляции субтитров, обеспечение надлежащими звуковыми средствами воспроизведения информации;

- предоставление услуг ассистента, оказывающего обучающимся необходимую техническую помощь или услуги сурдопереводчиков/тифлосурдопереводчиков;

- проведение групповых и индивидуальных коррекционных занятий;

- обеспечение беспрепятственного доступа обучающихся в учебные помещения, столовые, туалетные и другие помещения организации, а также пребывания в указанных помещениях (наличие пандусов, поручней, расширенных дверных проемов, лифтов, локальное понижение стоек-барьеров; наличие специальных кресел и других приспособлений).

12. Методические указания обучающимся по освоению дисциплины

При подготовке к практическим занятиям следует использовать основную литературу из представленного списка, а также руководствоваться приведенными указаниями и рекомендациями. Для наиболее глубокого освоения дисциплины рекомендуется изучать литературу, обозначенную как «дополнительная» в представленном списке.

На практических занятиях приветствуется активное участие в обсуждении конкретных ситуаций, способность на основе полученных знаний находить

наиболее эффективные решения поставленных проблем, уметь находить полезный дополнительный материал по тематике занятий.

Требования к организации подготовки к зачету с оценкой те же, что и при занятиях в течение семестра, но соблюдаться они должны более строго. Вначале следует просмотреть весь материал по сдаваемой дисциплине, отметить для себя трудные вопросы. Обязательно в них разобраться. В заключение еще раз целесообразно повторить основные положения, используя при этом опорные конспекты лекций.

Систематическая подготовка к занятиям в течение семестра позволит использовать время экзаменационной сессии для систематизации знаний.

Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала или при решении задач у обучающегося возникают вопросы, разрешить которые самостоятельно не удастся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. В вопросах обучающийся должен четко выразить, в чем он испытывает затруднения, характер этого затруднения.