

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 ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ  
«ИСТОРИЯ, СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ  
РАЗВИТИЯ ТЕЛЕВИДЕНИЯ И РАДИОВЕЩАНИЯ»**

**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*
  - Нормативные правовые документы*
  - Периодические издания*
- 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**

## 1. Цели и задачи освоения дисциплины

Цель освоения дисциплины – дать детальное представление об истории, современном состоянии и перспективах развития телевидения и радиовещания, основных идеях и методах выявления новых тенденций продвижения аудиовизуальных произведений, используя исторический опыт.

Задача дисциплины – выработать умение решать художественно-творческие задачи в соответствии с видами профессиональной деятельности:

- выявлять исторические параллели;
- осуществлять экспертную оценку художественных достоинств и зрительского потенциала аудиовизуальных проектов разных лет;
- обосновывать целесообразность продвижения выдвинутых проектов на различные платформы, их идейно-художественное значение, окупаемость и прибыльность;
- анализировать современные отечественные и зарубежные аудиовизуальные проекты, опыт их продвижения на медиа рынок;
- изучать и анализировать отечественную и зарубежную литературу по тематике, анализировать видеозаписи современных российских и зарубежных аудиовизуальных, программ прошлых лет;
- давать квалифицированную оценку творческим проектным инициативам продюсеров, редакторов, драматургов, режиссеров и других творческих работников, создававших теле/радиопроекты прошлых лет;
- демонстрировать интеллектуальное стремление к знаниям и потенциал к продолжению художественной и творческой деятельности.

## 2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «История, современное состояние и перспективы развития телевидения и радиовещания» относится к Обязательной части Блока 1. Дисциплина (модули). Её изучение осуществляется на 5 курсе в 9-м семестре.

Дисциплина формирует культурно-историческое мышление, строится на основе пройденных обучающимися или одновременно изучаемых дисциплин: «История России», «История отечественного кино», «История зарубежного кино», «Мультимедиа как среда для реализации продюсерских проектов», «Организация и управление в сфере реализации фильмов», «Медиапространство: содержание, модели, практические подходы функционирования».

## 3. Компетенции обучающегося,

### формируемые в результате освоения дисциплины

Изучение дисциплины направлено на формирование у обучающихся общепрофессиональных компетенций: ОПК-1; ОПК-3; ОПК-5. (Табл. 1).

Таблица 1

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
Культура личности. Культурно-историческое мышление	ОПК-1. Способен анализировать тенденции и направления развития кинематографии в	ОПК-1.1. знает основные этапы развития мировой художественной культуры, художественные направления и методы, жанровые и стилевые формы литературы и искусства;

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
	<p>историческом контексте и в связи с развитием других видов художественной культуры, общим развитием гуманитарных знаний и научно-технического прогресса.</p>	<p><b>ОПК-1.2.</b> знает роль и место кино в системе средств массовой коммуникации, социокультурные аспекты функционирования кинопроцесса;</p> <p><b>ОПК-1.3.</b> знает организационную структуру аудиовизуальной сферы, технологии производства произведений экранных искусств;</p> <p><b>ОПК-1.4.</b> знает художественную практику кинематографа и ее теоретическое осмысление, основные этапы развития отечественного и мирового кино;</p> <p><b>ОПК-1.5.</b> умеет анализировать тенденции и направления развития кинематографии и других экранных искусств в контексте современной социокультурной ситуации;</p> <p><b>ОПК-1.6.</b> умеет соотносить собственные творческие замыслы с вызовами времени, с общекультурным контекстом, с достижениями в сфере аудиовизуальной культуры;</p> <p><b>ОПК-1.7.</b> умеет самостоятельно овладевать знаниями и навыками их применения в профессиональной деятельности;</p> <p><b>ОПК-1.8.</b> владеет профессиональной терминологией;</p> <p><b>ОПК-1.9.</b> владеет способностью теоретического осмысления явлений и процессов, характеризующих состояние экранной культуры.</p> <p><b>ОПК-1.10.</b> владеет навыками самообразования в процессе жизнедеятельности.</p>
Художественный анализ	<p><b>ОПК-3.</b> Способен анализировать произведения литературы и искусства, выявлять особенности их экранной или сценической интерпретации</p>	<p><b>ОПК-3.1.</b> знает теоретические и эстетические особенности литературной и экранных форм;</p> <p><b>ОПК-3.2.</b> знает художественные и этические аспекты развития современных экранных искусств и литературы;</p> <p><b>ОПК-3.3.</b> знает принципы соотношения экранного и литературного текста;</p> <p><b>ОПК-3.4.</b> умеет рассматривать экранные произведения в историческом контексте, в динамике художественных, социокультурных процессов и научно-технического прогресса;</p> <p><b>ОПК-3.5.</b> умеет раскрывать художественное содержание произведений экранных</p>

Категория (группа) общепрофессиональных компетенций	Код и наименование общепрофессиональной компетенции	Код и наименование индикатора достижения общепрофессиональной компетенции
		искусств и литературы; <b>ОПК-3.6.</b> умеет определять место произведения экранного искусства в национальном и мировом художественном процессе. <b>ОПК-3.7.</b> владеет методами анализа художественных произведений; <b>ОПК-3.8.</b> владеет нормами русского литературного языка в устной и письменной формах.
Профессиональная компетентность и самостоятельность	<b>ОПК-5.</b> Способен, пользуясь полученными знаниями в области культуры и искусства, навыками творческо-производственной деятельности, определять оптимальные способы реализации авторского замысла с использованием технических средств и технологий современной индустрии кино, телевидения, мультимедиа или исполнительских искусств	<b>ОПК-5.1.</b> знает основные положения теории, истории и практики экранного искусства и других областей знаний <b>ОПК-5.2.</b> знает специфику различных областей экранной культуры и исполнительского искусства <b>ОПК-5.3.</b> умеет формировать стратегию и тактику воплощения проекта на основе знаний теории, истории и практики экранного искусства и других областей <b>ОПК-5.4.</b> умеет определять сметную стоимость творческого проекта <b>ОПК-5.5.</b> владеет навыками организации эффективного процесса работы над аудиовизуальным производением, привлекая квалифицированных специалистов.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

*знать:*

- основные этапы развития медиаиндустрии, телевидения и радиовещания, современное состояние отрасли, историю развития отечественного телевидения и радиовещания и зарубежных стран;
- современную структуру отрасли, принципы сегментирования потребителя аудиовизуальной продукции;
- методы исследования зрительских предпочтений аудитории в различные исторические периоды и на современном этапе;
- методы продвижения аудиовизуальной продукции.

*уметь:*

- выявлять исторические параллели, использовать опыт предыдущих лет для продвижения аудиовизуальных продуктов во все среды (радио, телевидение, кинотеатры, онлайн кинотеатры);

- инициировать творческие идеи в способах продвижении художественных аудиовизуальных проектов;
- оценивать жанровое, тематическое наполнение аудиовизуального продукта, его художественные особенности;
- обосновывать целесообразность осуществления выдвинутых проектов, их идейно-художественное значение, способ, окупаемость и прибыльность;

*владеть навыками:*

- систематизации и обобщения информации о состоянии аудиовизуальной сферы;
- сравнительного анализа состояния аудиовизуальной сферы в различные исторические периоды, понимания перспектив развития телевидения, радиовещания и отрасли в целом;
- выявления предпочтений аудитории и методами сбора информации о привлекательности проекта для аудитории.

#### 4. Объем дисциплины и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 академических (54 астрономических) часа. По дисциплине предусмотрено эссе. Форма промежуточной аттестации – зачет.

Таблица 2

Вид учебной работы	Количество часов			
	Всего по уч. плану	В том числе по семестрам		
		9	А	
<b>Работа с преподавателем (контактные часы)</b>	<b>50</b>	<b>50</b>	–	
Теоретический блок:				
Лекции	<b>16</b>	16	–	
Практический блок:				
Практические и семинарские занятия	<b>34</b>	34	–	
<b>Самостоятельная работа:</b>	<b>16</b>	16		
<b>Форма промежуточной аттестации – зачет</b>	<b>6</b>	6	–	
<b>ИТОГО:</b>	акад. час.	<b>72</b>	72	–
	з.е	<b>2</b>	2	–

#### 5. Содержание дисциплины

##### 5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

Таблица 3

Название разделов и тем	Общая трудоемкость (час.)	Виды учебных занятий, час.		
		Лекции	Практ. зан.	Самост. работа
<b>Тема 1.</b> Основные вехи развития телерадиовещания в мире	<b>12</b>	2	8	2
<b>Тема 2.</b> Наука, кинематограф, радио, телевидение – взаимодействие	<b>6</b>	2	2	2
<b>Тема 3.</b> СМИ как способ формирования стереотипов массового сознания	<b>8</b>	2	4	2

Название разделов и тем	Общая трудоемкость (час.)	Виды учебных занятий, час.		
		Лекции	Практ. зан.	Самост. работа
<b>Тема 4.</b> Структура и социально-экономические характеристики отрасли. Перспективы развития отрасли	<b>8</b>	2	4	2
<b>Тема 5.</b> Исторические этапы продвижения контента на радио, телевидение, онлайн-кинотеатры	<b>12</b>	4	6	2
<b>Тема 6.</b> Видеостриминговые сервисы. Преимущества видеовещания над телевидением	<b>10</b>	2	6	2
<b>Тема 7.</b> Обзор российского медиарынка (аудитория, контент, крупные игроки), специфика рынка масс-медиа	<b>10</b>	2	4	4
<b>Промежуточная аттестация – зачет</b>	<b>6</b>			
<b>Итого за 9-й семестр</b>	<b>72</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>16</b>

## 5.2. Содержание разделов, тем дисциплины

### Теоретический блок

#### Тема 1. Основные вехи развития телерадиовещания в мире

Развитие технологического процесса – появление радио. Создание радио изначально не как способа распространения информации в отличие от печатных СМИ, а как средства связи. Изобретатели радио А.С. Попов, Г. Маркони.

Внедрение в жизнь радиовещания, положившее начало эры аудиовизуальных СМИ, в т.ч. телевидения (20-ые годы XX столетия). Первые опыты по передаче изображения в мире.

Переход от механического телевидения к электронному и цифровому. От черно-белого – к цветному. Прорыв в развитии цветного телевидения после окончания Второй мировой войны.

Развитие телевидения в США в результате перестройки радиоэлектронной промышленности, лишившейся оборонных заказов, переход на развитие технологий для гражданских нужд.

Развитие телевидения в Европе. Появление коммерческого телевидения в Европе.

Развитие телевидения в СССР. Общесоюзное телевидение в СССР. Выпуск новых телевизоров для приема цветного изображения (Рубин-401, Рекорд-101).

Спутниковое и кабельное телевидение. Телевидение времен перестройки. Телерадиовещание XXI века.

Использование исторического опыта в современном телерадиовещании. Интернет вещание. Исторические параллели.

#### Тема 2. Наука, кинематограф, радио, телевидение – взаимодействие

Первые опыты по передаче изображения на расстояние в середине XIX века. Первая технология – факсимильная машина Александра Бейна (копирующий телеграф). Открытие немецкого физика Генриха Герца – влияние света на

электричество, открытие явления фотоэффекта – вырывании электронов из вещества при воздействии на него светом. Пауль Нипков – создание устройства механического сканирования. Реализация системы механического телевидения в 1925 г. Джоном Бэрдом в Великобритании, Чарльзом Дженкинсом в США, Ованесом Адамяном и Львом Терменом в СССР.

Этап развития ТВ, связанный с электронным телевидением, в основе которого лежит электронно-лучевая трубка, изобретенная Б. Розингом. Роль В. Зворыкина в развитии электронного телевидения.

Этапы развития цифрового телевидения. Руководство М.И. Кривошеева разработками по внедрению цифрового телевидения.

Переход радиопроектов на телевидение. Телевидение – вторичный рынок для кинофильмов. Кинематографические произведения на телевизионных экранах. Редактирование фильмов под телевизионную сетку вещания в начале 90-ых годов. Переход телепроектов в кинотеатральный показ и в онлайн-кинотеатры.

### **Тема 3. СМИ как способ формирования стереотипов массового сознания**

Влияние на социум средств массовой информации в условиях формирования информационного общества. Стереотипизация личности и влияние на массовое сознание. Принятые в обществе принципы и структурные особенности знаковых систем, влияющие на массовое сознание. Социальная установка как компонент сознания, регулирующая поведение аудитории. Когнитивно-эмоционально-оценочная готовность индивида воспринимать мир. Информационная безопасность, информационная война.

### **Тема 4. Структура и социально-экономические характеристики отрасли. Перспективы развития отрасли**

Три ключевых сегмента: 1) распространение и доставка сигнала зрителям; 2) производители телевизионного содержания (контента); 3) телеканалы и видеосервисы, основные посредники между производителями и зрителем, службы, занимающиеся агрегацией и организацией контента (программированием эфира), а также его предоставлением аудитории с помощью распространителей сигнала. Экономика телевизионного вещания, концепция медиаиндустрии, телевизионные сети, экономические характеристики.

Развитие эфирного телевидения после Второй мировой войны в США. Телевизионный бум, поставивший под удар популярность кинематографа. Основная причина стремительного развития телевидения в США – коммерческая привлекательность.

Коммерческое, общественное и государственное телевидение – три ключевые организационно-программные модели, которые сложились в США, Европе и СССР и легли в основу развития телеиндустрии во всех остальных странах мира. Государственные и коммерческие радиостанции.

Государственные и коммерческие телеканалы РФ. Платные и бесплатные каналы. Создание РТРС-1, РТРС-2. Каналы общего профиля, тематические каналы, региональные телеканалы, кабельные, спутниковые, интернетканалы. Кабельные операторы. Медиаизмерители.

Перспективы развития отрасли.

## **Тема 5. Исторические этапы продвижения контента на радио, телевидение, онлайн-кинотеатры**

Система кинематографа. Продвижение кинопродукции на телевидение как на вторичный рынок. Линейка кинопоказа. Принципы программирование кинопоказа. Документальные и игровые кинофильмы. Реклама кинофильмов на телевизионном экране. Реклама фильмов как составляющая контента новостных программ, развлекательных шоу, ток-шоу и информационно-развлекательных проектов. Контент телевизионных общественно-политических ток-шоу в радиоэфире, контент Telegram-каналов в радиоэфире, объединение эфиров радиостанций с телевизионной трансляцией.

Онлайн-кинотеатры как первичный рынок для сериальной продукции, документальных фильмов. Телевидение как вторичный, и наоборот. Продвижение телевизионных шоу на киноэкраны.

## **Тема 6. Видеостриминговые сервисы.**

### **Преимущества видеовещания над телевидением**

Обеспечение видеостриминговым сервисом потоковой трансляции различных событий в режиме реального времени. Службы видеостримингового сервиса как медиаиздатели и способ распространения видеоконтента.

Особенность и преимущество служб видеовещания над телевидением. Предоставление возможности трансляции любому пользователю с минимальным количеством требуемых инструментов, а также наличие обратной связи.

Okko – российский стриминговый сервис, ведущее место среди российских онлайн-кинотеатров по объёму аудитории и выручке. Большая библиотека фильмов и сериалов. «Okko Театр» – продюсирование и съёмки спектаклей для показов на платформе Okko. Проект «Искусство онлайн». Бесплатный доступ в онлайн-кинотеатре к спектаклям, концертам, заочным экскурсиям. Запуск собственного производства. Okko Studios – ответ современному потреблению, учитывающий его потребности. Сериалы «мобильного просмотра».

KION – российская мультимедийная онлайн-платформа, созданная компанией МТС. Съёмки и предложение Kion некоторых фильмов в двух форматах: в виде полнометражного фильма и в виде сериала, в котором события картины разбиты на 15-минутные серии с законченным драматургическим актом в каждой. Бесплатный показ в рамках рекламной кампании Kion пилотных серий своих сериалов на сторонних платформах. Создание совместного предприятия МТС и «Первый канал», в котором МТС получила интернет-права на будущий контент канала. Запуск «МТС Медиа» программы прямых инвестиций в российское кинопроизводство (ноябрь 2020 г.).

Использование онлайн платформ спортивными федерациями, транслирующими соревнования через Интернет. Съёмки средствами массовой информации дополнительно к новостям и статьям видеосюжетов. Распространение через Интернет телеканалами своих передач с целью дополнительной монетизации.

## **Тема 7. Обзор российского медиарынка (аудитория, контент, крупные игроки), специфика рынка масс-медиа**

Медиарынок – район охвата аудитории средствами массовой информации, принадлежащими той или иной компании. Две части медиарынка – ресурсный рынок и информационный рынок. Ресурсный рынок – финансы, рабочая сила (рынок

рабочей силы – рынок творческих работников, технических работников, менеджмент), материалы и энергия, техника. Информационный рынок – система экономических, правовых и организационных отношений по торговле информационными технологиями, информационными продуктами и услугами

Специфика рынка масс-медиа как сдвоенного рынка товаров и услуг. Рынок содержания, где в качестве товара выступает информация, мнения, развлечения, «упакованные» в различные медиаформы. Рынок услуг, где в качестве услуги товаропроизводителем-рекламодателем выступает организация доступа к массовой аудитории, целевым аудиториям и создание аудиторий.

Влияние геополитических и экономических событий на медиарынок. Адаптация в новых реалиях.

### **Практический блок**

#### **Тема 1. Основные вехи развития телерадиовещания в мире**

*Семинар.* Исторические аспекты развития телерадиовещания

*Семинар.* Формирование основных функций телевидения

*Семинар.* Возможность использования опыта прошлых лет

#### **Тема 2. Наука, кинематограф, радио, телевидение – взаимодействие**

*Семинар.* Анализ проектов, перешедших с радио на ТВ, из кинематографа на ТВ и в онлайн кинотеатры

#### **Тема 3. СМИ как способ формирования стереотипов массового сознания**

*Семинар.* Влияние медиа на аудиторию.

*Семинар.* Информационная безопасность, информационные войны

#### **Тема 4. Структура и социально-экономические характеристики отрасли.**

##### **Перспективы развития отрасли**

*Семинар.* Медиарынок и реклама

*Семинар.* Концентрация собственности- ключевая тенденция развития российской медиаиндустрии

#### **Тема 5. Исторические этапы продвижения контента на – радио, телевидение, онлайн-кинотеатры**

*Семинар.* Продвижение аудиовизуальной продукции до потребителя

#### **Тема 6. Видеостриминговые сервисы. Преимущества видеовещания над телевидением**

*Семинар.* Преимущества видеовещания над телевидением. Взаимодействие телевидения с мультимедийными онлайн платформами

#### **Тема 7. Обзор российского медиарынка (аудитория, контент, крупные игроки), специфика рынка масс-медиа**

*Семинар.* Аудитория, контент, крупнейшие игроки рынка. Последние исследования

### **6. Самостоятельная работа обучающихся**

Самостоятельная работа обучающегося включает:

- изучение специальной литературы;
- повторение лекционного материала и материала учебников;
- подготовку к практическим заданиям;
- просмотры, прослушивание рекомендуемых преподавателем проектов;
- изучение и анализ социологических исследований и профессиональных обзоров рынка;

- подготовка эссе о современном аудиовизуальном контенте и способах его продвижения на рынки;
- подготовку к зачету.

*Перечень и виды самостоятельной работы обучающегося*

1. Анализ и просмотр телепроектов прошлых лет.
2. Изучение специализированной литературы по истории телерадиовещания.
3. Изучение специальной литературы, посвященной развитию науки в области телерадиовещания, истории кинематографа и телевидения.
4. Анализ и просмотр новостных, общественно-политических программ, развлекательных и сериальной продукции. Выявление социально-значимых тем.
5. Изучение специализированной литературы, аналитических обзоров, отраслевых докладов Министерства цифрового развития.
6. Просмотр и анализ проектов, представленных в различных средах.
7. Подготовка к практическому заданию – методы продвижения аудиовизуальной продукции до потребителя (на конкретных примерах).
8. Изучение интернет источников. Рынок легальных видеосервисов. Просмотр контента.
9. Анализ аудитории, контента крупнейших игроков рынка. Изучение последних профессиональных обзоров.

**7. Перечень учебной литературы,  
необходимой для освоения дисциплины**

*Основная литература*

1. Средства массовой информации постсоветской России / Под ред. Я.Н. Засурского. – М., 2002.
2. Парсаданова Т.Н. Телепродюсерство. Современные аспекты. – М., 2016.
3. Варганова Е. Медиаэкономика зарубежных стран. – М., 2003.
4. Телевизионная журналистика. – М., 2005.
5. Кокарев И.Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России: Учеб. пособие -2 изд., перераб. – М.: Аспект Пресс, 2009.
6. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: Учебник для студентов вузов / Под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2013.
7. Сидоренко В.И., Звезгинцева Е.А. Продюсер и право. Юридические аспекты кинопроцесса: Учебное пособие. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2016.
8. Продюсер и авторы визуального ряда фильма/ Под ред. В.И. Сидоренко – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2018.
9. Парсаданова Т.Н. Продюсирование телевизионного контента. Актуальные проблемы: Учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство» – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.
10. Сколько стоит фильм. Практическое пособие по расчету стоимости производства и решению правовых вопросов. /Под общ. ред. В.И. Сидоренко. – М.: ЮНИТИ-ДАНА. 2022.

*Дополнительная литература*

1. Браун Дж., Куол У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении. – М., 2001.
2. Формация и общественное мнение. – М., 2010.

3. Общественный доклад о состоянии российской киноиндустрии, возможностях и перспективах ее развития до 2015 г. (результаты конференции-форума). – М.2008.
4. Словарь медиатерминов / ООО «Медиа Ресурсы Менеджмент». – Харьков: Фолио, 2009.
5. Телевизионная журналистика: Учебник / Отв. ред. А.Я. Юровский. – М.: Изд-во МГУ, 1994.
6. Телевизионная журналистика: Учебник / Редкол.: Г.В. Кузнецов и др. - 4-е изд. – М.: Изд-во МГУ, Высшая школа, 2002.
7. Цвик В.Л., Назарова Я.В. Телевизионные новости России. – М., 2002.
8. Цвик В. Л. Телевизионная служба новостей. – М., 2008.

#### *Нормативные правовые документы*

1. Гражданский Кодекс РФ. Часть I. Часть II. Часть III. Часть IV.
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. Закон РФ «О государственной поддержке СМИ и книгоиздания в РФ» 01.12.1995 № 191-ФЗ.
6. Комментарий к федеральным законам «О благотворительной деятельности и благотворительных организациях» - М., 1996
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. Указ Президента Российской Федерации «О создании открытого акционерного общества «Российский кинопрокат» от 4 апреля 2001 г. № 390.
10. Постановление Совета Министров СССР «О перестройке творческой, организационной и экономической деятельности в советской кинематографии» от 1989 № 1003.
11. Положение об основах хозяйственной деятельности и финансирования организаций культуры и искусства. Утверждено Постановлением Правительства РФ от 26.07.1995 № 609.
12. Приказ Минкультуры РФ от 27.09.2004 N 60 «Об утверждении Положения о национальном фильме».
13. Сборник документов по переводу учреждений культуры и искусства на новые условия хозяйствования М., 1989.
14. Отраслевые доклады Министерства цифрового развития.

#### *Периодические издания*

1. Журнал «625»
2. Журнал «Теле Спутник»
3. Журнал «Медиа Профи»
4. Журнал «Радио»
5. Журнал «Кабельщик»

## **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://bibli-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.televesti.ru](http://www.televesti.ru)
- [www.ostankino.ru](http://www.ostankino.ru)
- [www.TVcenter.ru/news-tv/Novoe-Internet-izdanie](http://www.TVcenter.ru/news-tv/Novoe-Internet-izdanie)
- [www.radiomuseum.ru](http://www.radiomuseum.ru)
- [Adindex.ru](http://Adindex.ru)
- РосБизнесКонсалтинг [www.rbc.ru](http://www.rbc.ru)
- [www.lenta.ru](http://www.lenta.ru)
- [www.russian.rt.com](http://www.russian.rt.com) RT на русском
- ТАСС

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

При изучении дисциплины «История, современное состояние и перспективы развития телевидения и радиовещания» 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 материально-технического обеспечения для реализации рабочей программы дисциплины включает: лекционные аудитории и помещения для проведения практических занятий, оборудованные учебной мебелью, видеопроекторным оборудованием для презентаций, средствами звуковоспроизведения, библиотеку, компьютерные классы.