

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное автономное учреждение
высшего профессионального образования
"Казанский (Приволжский) федеральный университет"
Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций



УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности КФУ
Проф. Таюрский Д.А.

"__" _____ 20__ г.

Программа дисциплины

Организация и продюсирование на телевидении и других медиа Б1.В.ОД.4

Направление подготовки: 42.04.02 - Журналистика

Профиль подготовки: Отраслевое и тематическое телевидение

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очное

Язык обучения: русский

Автор(ы):

Каримова Н.В.

Рецензент(ы):

Даутова Р.В.

СОГЛАСОВАНО:

Заведующий(ая) кафедрой: Даутова Р. В.

Протокол заседания кафедры No ____ от "____" _____ 201__ г

Учебно-методическая комиссия Института социально-философских наук и массовых коммуникаций (Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций):

Протокол заседания УМК No ____ от "____" _____ 201__ г

Регистрационный No

Казань
2016

Содержание

1. Цели освоения дисциплины
2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы
3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля
4. Структура и содержание дисциплины/ модуля
5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения
6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов
7. Литература
8. Интернет-ресурсы
9. Материально-техническое обеспечение дисциплины/модуля согласно утвержденному учебному плану

Программу дисциплины разработал(а)(и) инженер 1 категории Каримова Н.В. Кафедра телевидения и телепроизводства Высшая школа журналистики и медиакоммуникаций , NVKarimova@kpfu.ru

1. Цели освоения дисциплины

сформировать у студентов магистратуры понимание основ продюсирования, информационного производства и их значение для функционирования средств массовой информации, в частности, телевидения, отразить многогранность информационного рынка, развить маркетинговый подход к телевидению и телепроизводству, научить студентов мыслить категориями потребителя

2. Место дисциплины в структуре основной образовательной программы высшего профессионального образования

Данная учебная дисциплина включена в раздел " Б1.В.ОД.4 Дисциплины (модули)" основной образовательной программы 42.04.02 Журналистика и относится к обязательным дисциплинам. Осваивается на 1 курсе, 1 семестр.

Данная дисциплина относится к вариативной части обязательных дисциплин магистратуры. Преподается на 1 году обучения в 1 семестре. Он начинает цикл дисциплин, изучение которых необходимо для их будущей профессиональной подготовки. Он предполагает предшествующее ему освоение студентами курса Экономика и менеджмент в средствах массовой информации в бакалавриате. Данный курс позволяет изучить способ управления телевизионной коммерческой организацией, которая имеет право на использование эфирных частот и поставляет товары и услуги (в том числе телепрограммы) на рынок аудиовизуальной продукции. Объект исследования двусоставный: телевизионные компании разных профилей (вещательные, продюсерские и дистрибьюторские) и их информационные продукты (эфир, телепередачи, фильмы). Так же во внимании - профессиональная деятельность, обеспечивающая эффективное существование ТВ-организации и направленная на удовлетворение информационных, рекреативных запросов потребителей

Освоив содержание курса, студент должен свободно разбираться в системе понятий и терминов, связанных с организацией и функционированием информационного производства, ориентироваться в структуре и функциях редакционного коллектива и его подразделений, планировании работы телевизионной организации, ее взаимодействии с потребительской аудиторией. Он должен также владеть навыками выпуска телепрограмм, формами и методами распространения информационной продукции

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины /модуля

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Шифр компетенции	Расшифровка приобретаемой компетенции
ОПК-3 (профессиональные компетенции)	Готовность осуществлять профессиональную деятельность, основываясь на знании современных концепций массовой коммуникации и положений теории журналистики, понимания спектра функций СМИ как важнейшего социального института и средства социальной коммуникации, роли аудитории в процессе потребления и производства массовой информации
ПК-3 (профессиональные компетенции)	Способность осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования

В результате освоения дисциплины студент:

1. должен знать:

- основы функционирования организаций телевидения;
- особенности продюсирования телевизионных программ.

2. должен уметь:

- пользоваться терминологическим аппаратом курса при изложении теоретических вопросов;
- инициировать производство телевизионных программ;
- ориентироваться в законодательной базе Российской Федерации в области телевидения.

3. должен владеть:

- специальной терминологией;
- навыками публичного выступления;
- навыками организации информационного производства

4. Структура и содержание дисциплины/ модуля

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных(ые) единиц(ы) 108 часа(ов).

Форма промежуточного контроля дисциплины экзамен в 1 семестре.

Суммарно по дисциплине можно получить 100 баллов, из них текущая работа оценивается в 50 баллов, итоговая форма контроля - в 50 баллов. Минимальное количество для допуска к зачету 28 баллов.

86 баллов и более - "отлично" (отл.);

71-85 баллов - "хорошо" (хор.);

55-70 баллов - "удовлетворительно" (удов.);

54 балла и менее - "неудовлетворительно" (неуд.).

4.1 Структура и содержание аудиторной работы по дисциплине/ модулю

Тематический план дисциплины/модуля

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
1.	Тема 1. Раздел 1. Организация телевидения Тема 1. Основные формы организации телекомпании и других медиа. Система государственного регулирующего телевидения в России и за рубежом	1	1	2	0	0	письменная работа

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
2.	Тема 2. Тема 2. Технологии распространения телевизионного сигнала. Аналоговое, цифровое вещание. Мультимедиа	1	2	2	0	0	дискуссия
3.	Тема 3. Тема 3. Процесс организации информационного производства.	1	3	2	2	0	деловая игра
4.	Тема 4. Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг. Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий	1	4	2	2	0	письменное домашнее задание
5.	Тема 5. Раздел 2. Продюсирование Тема 5. Идея. Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период	1	5	2	4	0	презентация
6.	Тема 6. Тема 6. Подготовительный, съёмочный монтажный периоды. Организация выпуска телевизионного контента в эфир.	1	6	2	4	0	творческое задание
7.	Тема 7. Тема 7. Дистрибуция аудиовизуального произведения Первичный рынок сбыта телевизионных программ. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции	1	7	2	0	0	дискуссия
8.	Тема 8. Тема 8. Организация рекламы аудиовизуальной продукции	1	8	2	4	0	творческое задание

N	Раздел Дисциплины/ Модуля	Семестр	Неделя семестра	Виды и часы аудиторной работы, их трудоемкость (в часах)			Текущие формы контроля
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	
9.	Тема 9. Экономика телевещания и телепроизводства. Финансы, налогообложение организаций телевидения	1	9	2	2	0	контрольная работа
	Тема . Итоговая форма контроля	1		0	0	0	экзамен
	Итого			18	18	0	

4.2 Содержание дисциплины

Тема 1. Раздел 1. Организация телевидения Тема 1. Основные формы организации телекомпании и других медиа. Система государственного регулирования телевидения в России и за рубежом

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Формы собственности в области телевидения и др СМИ. Основные формы организации телекомпании. Источники финансирования телеорганизаций. Регион распространения. Регистрация СМИ. Учредитель. Учредители и их статус. Устав. Министерство связи и массовых коммуникаций Российской Федерации. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям. Федеральный закон ?О средствах массовой информации?. Другие законодательные акты. Лицензирование деятельности телевизионных каналов.

Тема 2. Тема 2. Технологии распространения телевизионного сигнала. Аналоговое, цифровое вещание. Мультиплексы

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Интернет вещание. Кабельное телевидение. Спутниковое телевидение. Проблема регулирования ?новейших? телекоммуникаций. Телевизионный тракт. Телевидение высокой четкости. Телевидение сверхвысокой чёткости. Аналоговое телевидение. Цифровое телевидение. Цифровое эфирное вещание. Мультиплексы.

Тема 3. Тема 3. Процесс организации информационного производства.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Роль заказчика создания телевизионной организации. Создание редакции для производства информационной продукции. Информационный рынок. Внутренние ресурсы информационного рынка и внешняя среда. Рынок ресурсов. Рынок периодических изданий. Рынок покупателей. Рынок распространителей. Структура телекомпании, редакции. Основные функции отделов. Экономические факторы существования СМИ: микро- и макроэкономические. Социально-экономическая роль предприятия СМИ.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Создание организационной структуры организации телевидения в виде деловой игры.

Тема 4. Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг. Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Рынок потребителей информации. Целевой рынок. Маркетинговое планирование: перспективное и оперативное. Маркетинговые прогнозы: общие и частные. Маркетинговый бюджет. Потенциальная и реальная аудитория. Методы социологического изучения зрителей. Изучение рынка периодических изданий. Сегментация рынка. Информационные ниши. Вертикальные и горизонтальные информационные ниши. Исследование рынка покупателей информации. Непрерывность маркетинга. Изучение конкурентных изданий. Виды конкуренции. Методы маркетинга. Структура службы маркетинга.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Проведение исследования потенциальной аудитории на предмет телесмотрения.

Тема 5. Раздел 2. Продюсирование Тема 5. Идея. Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Идея аудиовизуального произведения: источники генерации. Фиксация идеи: сценарная заявка, синопсис, тритмент. Работа продюсера с литературным материалом. Работа продюсера с автором. Подготовка сценария. Литературный сценарий. Выбор режиссера. Бизнес-план и поиск инвестора. Презентация проекта. Возможная переделка сценария.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Поиск идеи. Анализ потенциальной аудитории. Разработка тематической и технологической модели телепрограммы. Написание сценария.

Тема 6. Тема 6. Подготовительный, съемочный монтажный периоды. Организация выпуска телевизионного контента в эфир.

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Режиссерский сценарий. Подбор участников. Календарно-постановочный план. Формирование съемочной и технической групп. Договора. Поиск природы. Экспедиция. Изобразительное решение. Организация репетиций. Расчет генеральной сметы. Виды натур: экспедиционная, местная, натурная студийная площадка, павильон, интерьер. Черновой и чистовой монтаж. Звуковое оформление. Сдача. Анализ проекта. Сетка телевизионного вещания: структура и факторы, оказывающее влияние на ее формирование. Необходимое документальное сопровождение. Эфирные заявки.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Организация творческо- производственного процесса. Поиск участников проекта. Разработка календарно-постановочного плана. Работа с оператором, операторская съемка, специальные приемы и методики. Монтаж программы

Тема 7. Тема 7. Дистрибуция аудиовизуального произведения Первичный рынок сбыта телевизионных программ. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции на телевидении. Характеристика зрительских предпочтений. Структура потребления аудиовизуальной продукции. Разработка стратегии продвижения аудиовизуального произведения. Реклама, как основной источник дохода эфирных телевизионных каналов. Рейтинг. Зависимость закупочной стоимости телевизионной программы от рейтинга. Федеральный закон ?О рекламе?. Структуры вторичных рынков сбыта: телевидение, видеоносители, Интернет, видео по запросу, мерчандайзинг. Дополнительные источники доходов телевизионных каналов

Тема 8. Тема 8. Организация рекламы аудиовизуальной продукции

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Анонсы и реклама. Роль и функции рекламы кинопродукции. Создание рекламы. Способы воздействия рекламы. Составляющие рекламного процесса. Задачи и виды рекламы. Эффективность рекламы. Тестирование. Рейтинг. Создание рекламного обращения. Основные виды рекламных средств. Организация рекламных кампаний. Финансирование и эффективность рекламных мероприятий.

практическое занятие (4 часа(ов)):

Разработка рекламной кампании для собственного телепроекта. Написание режиссерского сценария для рекламного ролика.

Тема 9. Экономика телевидения и телепроизводства. Финансы, налогообложение организаций телевидения

лекционное занятие (2 часа(ов)):

Управление телерадиопроизводством. Планирование экономической деятельности вещания. Разработка генеральной сметы на постановку телепрограммы. Сокращение производственного цикла. Оптимальное планирование выпуска программ. Взаимоотношения между телестудии и технических служб. Экономические аспекты ТПС. Источники финансирования. Поиск источников финансирования. Бизнес-план. Варианты финансирования: американский, европейский, российский опыт. Опыт других стран мира. Инвестиции. Копродюсерство. Заказы и собственное производство. Кредиты и отношения с финансовыми организациями. Поддержка государства. Налоги. Особенности расходования финансовых средств. Управление ресурсами на производство аудиовизуальной продукции.

практическое занятие (2 часа(ов)):

Расчет себестоимости и цены телепроекта. Анализ чистой прибыли после различных видов налогообложения.

4.3 Структура и содержание самостоятельной работы дисциплины (модуля)

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
1.	Тема 1. Раздел 1. Организация телевидения Тема 1. Основные формы организации телекомпании и других медиа. Система государственного регулирования телевидения в России и за рубежом	1	1	подготовка к письменной работе	4	письменная работа
2.	Тема 2. Тема 2. Технологии распространения телевизионного сигнала. Аналоговое, цифровое вещание. Мультиплексы	1	2	подготовка к дискуссии	4	дискуссия
3.	Тема 3. Тема 3. Процесс организации информационного производства.	1	3	подготовка к деловой игре	4	деловая игра
4.	Тема 4. Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг. Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий	1	4	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание

N	Раздел Дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды самостоятельной работы студентов	Трудоемкость (в часах)	Формы контроля самостоятельной работы
5.	Тема 5. Раздел 2. Продюсирование Тема 5. Идея. Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период	1	5	подготовка к презентации	11	презентация
6.	Тема 6. Тема 6. Подготовительный, съемочный монтажный периоды. Организация выпуска телевизионного контента в эфир.	1	6	подготовка к творческому заданию	20	творческое задание
7.	Тема 7. Тема 7. Дистрибьюция аудиовизуального произведения Первичный рынок сбыта телевизионных программ. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции	1	7	подготовка домашнего задания	4	домашнее задание
8.	Тема 8. Тема 8. Организация рекламы аудиовизуальной продукции	1	8	подготовка к творческому заданию	6	творческое задание
9.	Тема 9. Тема 9. Экономика телевидения и телепроизводства. Финансы, налогообложение организаций телевидения	1	9	подготовка к контрольной работе	6	контрольная работа
	Итого				63	

5. Образовательные технологии, включая интерактивные формы обучения

Преподавание дисциплины ведется с применением следующих традиционных (лекции, практические занятия с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий с использованием в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий: выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных программных средств создания и ведения электронных баз данных; мультимедийных программ, включающих подготовку и выступления обучающихся на семинарских занятиях с фото-, аудио- и видеоматериалами по предложенной тематике. На лекционных и практических занятиях используются инновационные технологии: презентации, работа в Microsoft Word, работа в сети Интернет

6. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов

Тема 1. Раздел 1. Организация телевидения Тема 1. Основные формы организации телекомпаний и других медиа. Система государственного регулирования телевидения в России и за рубежом

письменная работа , примерные вопросы:

ознакомиться с требованиями легализации СМИ в области телевидения и связи. Заполнить заявление на регистрацию СМИ

Тема 2. Тема 2. Технологии распространения телевизионного сигнала. Аналоговое, цифровое вещание. Мультиплексы

дискуссия , примерные вопросы:

обучающиеся готовят выступления для дискуссии о современном состоянии вещательных технологий, сложности, плюсы и минусы различных типов вещания. Затем принимают участие в дискуссии.

Тема 3. Тема 3. Процесс организации информационного производства.

деловая игра , примерные вопросы:

управление редакционным коллективом, взаимосвязь между отделами, функции и ожидаемый результат сотрудников телекомпаний. Создание собственной телевизионной организации по заданным критериям

Тема 4. Тема 4. Редакционно-издательский маркетинг. Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий

домашнее задание , примерные вопросы:

обучающиеся составляют опросник и проводят опрос потенциальной аудитории на предмет телесмотрения

Тема 5. Раздел 2. Продюсирование Тема 5. Идея. Предпроизводственная деятельность продюсера. Сценарный период

презентация , примерные вопросы:

разработать концепцию одной телепрограммы. Представить ее в форме презентации. Подготовка и защита презентации идеи. Анализ продюсерской деятельности на различных кино и телепроектах. Дискуссия. Анализ сценариев. Разработка календарно-постановочного плана для проекта. Написание сценария.

Тема 6. Тема 6. Подготовительный, съемочный монтажный периоды. Организация выпуска телевизионного контента в эфир.

творческое задание , примерные вопросы:

подготовка к творческому экзамену: организация, подготовка и участие в съемке и монтаже телепроекта

Тема 7. Тема 7. Дистрибуция аудиовизуального произведения Первичный рынок сбыта телевизионных программ. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции

домашнее задание , примерные вопросы:

обучающиеся готовят выступления для дискуссии о профессиональной деятельности продюсера, сложности. плюсы и минусы профессии. Затем принимают участие в дискуссии.

Тема 8. Тема 8. Организация рекламы аудиовизуальной продукции

творческое задание , примерные вопросы:

подготовка к творческому экзамену: разработка рекламной кампании аудиовизуальной продукции. Написание режиссерского сценария для рекламного ролика.

Тема 9. Тема 9. Экономика телевидения и телепроизводства. Финансы, налогообложение организаций телевидения

контрольная работа , примерные вопросы:

бюджет СМИ, его структура. Расходная часть бюджета: прямые и косвенные расходы. Доходная часть бюджета. Виды налогообложения. Составление бизнес-плана СМИ. Расчет себестоимости и Цены телепередачи.

Тема . Итоговая форма контроля

Примерные вопросы к экзамену:

Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Сущность телевидения.
2. Виды телевидения.
3. Источники формирования доходов телеканалов.
4. Телевизионный контент.
5. Особенности регулирования телевидения в России
6. Система государственного регулирования телевидения за рубежом
7. Формы собственности организаций в области телевидения. Источники финансирования. Регион распространения.
8. Регистрация СМИ. Учредитель СМИ. Учредители и их статус. Лицензирование в области телевидения.
9. Цифровое, аналоговое телевидение. Мультиплексы
10. Технологии распространения телесигнала
- 11.
12. Механическое телевидение.
13. Электронное телевидение
14. Развитие телевидения за рубежом: технические, экономические и творческие аспекты.
15. Видеомагнитофон.
16. Цвет на телевидении.
17. Спутниковая и кабельная передача данных.
18. Телевидение высокой четкости. Цифровое телевидение. Стереотелевидение.
19. Опытное вещание в СССР. Регулярное вещание в СССР. Центральное телевидение. Региональное телевидение.
20. Структура информационного рынка России. Рынок ресурсов
21. Основные характеристики предприятия СМИ
22. Структура телекомпании. Основные функции отделов
23. Управление телепроизводством
24. Рынок потребителей информации
25. Рынок периодических изданий, конкурентов
26. Становление современной системы телевидения.
27. Структура современного телевизионного рынка
28. Телеканалы и медиахолдинги.
29. Контент телевизионных каналов.
30. Предприятия, производящие телеконтент.
31. Материально-техническая база телевидения
32. Планирование и методы маркетинга
33. Структура службы маркетинга, бюджет маркетинга
34. Информационная деятельность и маркетинговые исследования.
35. Рейтинг.
36. Идея аудиовизуального произведения: источники генерации.
37. Фиксация идеи: сценарная заявка, синопсис, тритмент.
38. Рисковые затраты.
39. Офис-компания: команда и стоимость, минимальное оборудование и организационные вопросы.
40. Что такое сценарий? Правильный формат сценария.
41. Авторское право. Права и обязанности автора сценария.

42. Этапы видеопроизводства
43. Сценарный период
44. Подготовительный период
45. Календарно-постановочный план и подсчет генеральной сметы
46. Съемочный и монтажный период
47. Основы производства телепродукции
48. Первичный рынок сбыта телевизионных программ
49. Зависимость закупочной стоимости телевизионной программы от рейтинга.
50. Сетка телевизионного вещания: структура и факторы, оказывающее влияние на ее формирование.
51. Современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции на телевидении.
52. Характеристика зрительских предпочтений.
53. Разработка стратегии продвижения аудиовизуального произведения.
54. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции
55. Организация рекламы аудиовизуальной продукции
56. Источники финансирования.
57. Варианты финансирования: американский, европейский, российский опыт.
58. Заказы и собственное производство.
59. Кредиты и отношения с финансовыми организациями.
60. Налоги.
61. Планирование экономической деятельности вещания.
62. Разработка генеральной сметы. Производственный цикл

7.1. Основная литература:

1. Сибрук Д. Nobrow? Культура маркетинга. Маркетинг культуры. - М.: Ад Маргинем Пресс, 2012. - 240 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=2494>
2. Шарков Ф.И., Бузин В.Н. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование. - М.: Дашков и К, 2012. - 487 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=7793>
3. Цвик В. Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 'Журналистика' / В. Л. Цвик. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. // <http://znanium.com/bookread.php?book=394929>
7. Comparative Media Systems: European and Global Perspectives. - Perspectives Edited by Bogusława Dobek-Ostrowska Michał Głowacki Karol Jakubowicz and Miklys Szykcsd, 2010. - 300 p. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=2681> (Под ред. Б. Добек-Островской и др. Медиасистемы в сравнении: Европейские и глобальные перспективы)

7.2. Дополнительная литература:

1. Романов А.А. Массовые коммуникации : учебно-практическое пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. - 177 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6395>
2. Романов А.А., Васильев Г.А., Каптюхин Р.В. Медиапланирование : учебно-практическое пособие. - М.: Евразийский открытый институт, 2010. -242 с. // <http://www.bibliorossica.com/book.html?currBookId=6399>

7.3. Интернет-ресурсы:

Библиотека научной литературы - <http://www.gumer.info>

Портал Законодательная база: каталог -

<http://www.alppp.ru/law/hozjajstvennaja-dejatelnost/svjaz/14/prikaz-mptr-rf-ot-12-07-2002--134.html>

Сайт -

<http://snimifilm.com/statyi/aleksei-krol-prodyusirovanie-kino-chast-3-kto-takoi-kino-prodyuser-что-делаet-i-l>

Учебное пособие - <http://evartist.narod.ru/text11/42.htm>

Учебное пособие - http://web-local.rudn.ru/web-local/uem/iop_pdf/181-Grabelnikov.pdf

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины(модуля)

Освоение дисциплины "Организация и продюсирование на телевидении и других медиа" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 60 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Компьютерный класс, представляющий собой рабочее место преподавателя и не менее 15 рабочих мест студентов, включающих компьютерный стол, стул, персональный компьютер, лицензионное программное обеспечение. Каждый компьютер имеет широкополосный доступ в сеть Интернет. Все компьютеры подключены к корпоративной компьютерной сети КФУ и находятся в едином домене.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "БиблиоРоссика", доступ к которой предоставлен студентам. В ЭБС "БиблиоРоссика" представлены коллекции актуальной научной и учебной литературы по гуманитарным наукам, включающие в себя публикации ведущих российских издательств гуманитарной литературы, издания на английском языке ведущих американских и европейских издательств, а также редкие и малотиражные издания российских региональных вузов. ЭБС "БиблиоРоссика" обеспечивает широкий законный доступ к необходимым для образовательного процесса изданиям с использованием инновационных технологий и соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен студентам. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

Освоение дисциплины "ОРГАНИЗАЦИЯ И ПРОДЮСИРОВАНИЕ НА ТЕЛЕВИДЕНИИ И ДРУГИХ МЕДИА" предполагает использование следующего материально-технического обеспечения:

Мультимедийная аудитория, вместимостью более 25 человек. Мультимедийная аудитория состоит из интегрированных инженерных систем с единой системой управления, оснащенная современными средствами воспроизведения и визуализации любой видео и аудио информации, получения и передачи электронных документов. Типовая комплектация мультимедийной аудитории состоит из: мультимедийного проектора, автоматизированного проекционного экрана, акустической системы, а также интерактивной трибуны преподавателя, включающей тач-скрин монитор с диагональю не менее 22 дюймов, персональный компьютер (с техническими характеристиками не ниже Intel Core i3-2100, DDR3 4096Mb, 500Gb), конференц-микрофон, беспроводной микрофон, блок управления оборудованием, интерфейсы подключения: USB, audio, HDMI. Интерактивная трибуна преподавателя является ключевым элементом управления, объединяющим все устройства в единую систему, и служит полноценным рабочим местом преподавателя. Преподаватель имеет возможность легко управлять всей системой, не отходя от трибуны, что позволяет проводить лекции, практические занятия, презентации, вебинары, конференции и другие виды аудиторной нагрузки обучающихся в удобной и доступной для них форме с применением современных интерактивных средств обучения, в том числе с использованием в процессе обучения всех корпоративных ресурсов. Мультимедийная аудитория также оснащена широкополосным доступом в сеть интернет. Компьютерное оборудование имеет соответствующее лицензионное программное обеспечение.

Учебно-методическая литература для данной дисциплины имеется в наличии в электронно-библиотечной системе "ZNANIUM.COM", доступ к которой предоставлен обучающимся. ЭБС "ZNANIUM.COM" содержит произведения крупнейших российских учёных, руководителей государственных органов, преподавателей ведущих вузов страны, высококвалифицированных специалистов в различных сферах бизнеса. Фонд библиотеки сформирован с учетом всех изменений образовательных стандартов и включает учебники, учебные пособия, УМК, монографии, авторефераты, диссертации, энциклопедии, словари и справочники, законодательно-нормативные документы, специальные периодические издания и издания, выпускаемые издательствами вузов. В настоящее время ЭБС ZNANIUM.COM соответствует всем требованиям федеральных государственных образовательных стандартов высшего профессионального образования (ФГОС ВПО) нового поколения.

1. Компьютерный класс, который позволяет реализовать неограниченные образовательные возможности с доступом в сеть Интернет. Возможность проводить групповые занятия с обучаемыми, а так же онлайн (оффлайн) тестирование.
2. Библиотечный электронный читальный зал с доступом к электронным ресурсам библиотек страны и мира.

Программа составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВПО и учебным планом по направлению 42.04.02 "Журналистика" и магистерской программе Отраслевое и тематическое телевидение .

Автор(ы):

Каримова Н.В. _____

"__" _____ 201__ г.

Рецензент(ы):

Даутова Р.В. _____

"__" _____ 201__ г.