

Министерство образования и науки Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)



Проректор
по учебно-методической работе
А.А. Панфилов

« 04 » _____ 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ
ТЕЛЕВИЗИОННОГО БИЗНЕСА

Направление подготовки 42.03.02. «Журналистика»

Профиль подготовки

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения заочная

Семестр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
9	4 з.е./ 144 час.	4	4		109	Экзамен (27 час.)
Итого	4 з.е./ 144 час.	4	4		109	Экзамен (27 час.)

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целями освоения дисциплины «Основы телевизионного бизнеса» являются:

1. Представление телевидения не только как культурного института, оказывающего значительное влияние на российское общество, но и как отдельную индустрию, являющуюся ключевым структурно-функциональным сегментом медиаиндустрии.
2. Знакомство с бизнес-процессами, которые происходят в телевизионной индустрии.
3. Приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков для работы в телевизионном бизнесе.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы телевизионного бизнеса» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП. Курс читается в 8 семестре, после получения знаний по всем направлениям, встречающимся в журналистской практике всех полученных знаний. Полученные знания можно использовать, в том числе, и на создание собственного телевизионного бизнеса, к которому выпускники кафедры готовы.

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

знать: как в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для масс-медиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах (ПК-2);

уметь: разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4);

владеть: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5); способностью к сотрудничеству с представителями различных сегментов общества, уметь работать с авторами и редакционной почтой (традиционной и электронной), организовывать интерактивное общение с аудиторией, используя социальные сети и другие современные медийные средства, готовность обеспечи-

вать общественный резонанс публикаций, принимать участие в проведении на базе СМИ социально значимых акций (ПК-6); способностью участвовать в производственном процессе выхода печатного издания, теле-, радиопрограммы, мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями (ПК-7).

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 часа.

№ п / п	Раздел (тема) дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)						Объем учебной работы, с приме нением интеракт ивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемо сти (<i>по неделям семестр</i>), форма промежут очной аттестаци и (<i>по семе страм</i>)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Краткая история телевидения.	9		1				10		0,5/50%	
2	Влияние телевидения.	9						10			
3	Измерение телевизионных аудиторий.	9			1			10		0,5/50%	
4	Телевидение в жизни людей.	9			2			10		1/50%	
5	Сегментирование телезрителей.	9		2				10		1/50%	
6	Телевизионное программирование.	9		1				19		0,5/50%	
7	Производство телевизионных программ.	9						10			
8	Структура отрасли.	9			1			10		0,5/50%	
9	История телевизионного рекламного рынка.	9						20			
Итого:				4	4			109		4/50%	экзамен

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентного подхода предусматривает использование в учебном процессе активных и интерактивных форм проведения занятий, а именно:

1. Лекция-беседа (диалог с аудиторией) предполагает непосредственный контакт преподавателя с аудиторией. Она позволяет привлекать внимание студентов к наиболее важным вопросам темы, требует постоянного умственного напряжения, мыслительной активности.

2. Коллективная лекция. Студенты готовят выступление по одной из тем, при этом используется анализ не только прочитанной литературы, но и собственные наблюдения. Далее следует публичное выступление и обсуждение, вопросы и ответы на вопросы.

3. Метод «мозгового штурма». В результате генерирования различных идей и их конструктивной проработки студенческий коллектив предлагает варианты решения ситуации.

4. Проблемная ситуация. Новое знание вводится через проблемный вопрос, задачу или ситуацию. Проблем познания проходит через исследовательскую деятельность.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОС- ВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ СА- МОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Контрольные вопросы к экзамену по курсу

«Основы телевизионного бизнеса»

1. Охарактеризовать период работы телевидения 1907-1941гг.
2. Охарактеризуйте период работы телевидения 1945-1986гг.
3. Система спутникового распространения телевизионного сигнала.
4. Появление и развитие цветного телевидения.
5. История развития видеозаписи.
6. Современное телевидение 1986-2010гг.
7. Влияние телевидения на детскую аудиторию.
8. Телевидение и выборные кампании.
9. Тенденциозность СМИ.
10. Телевидение и насилие.
11. Социальная ответственность телевидения.
12. Четыре теории прессы.

- 13.Измерение телевизионных аудиторий.
- 14.Джордж Гэллап.
- 15.История исследования общественного мнения в Советском Союзе.
- 16.История исследований аудитории в России.
- 17.Достоверность измерений телевизионных аудиторий.
- 18.Методы измерения телеаудитории: дневниковый метод, пиплметровая панель

TNS.

- 19.Рейтинг, охват, доля.
- 20.Телесмотрение по дням недели.
- 21.Сезонное телесмотрение.
- 22.Объем среднесуточного телепросмотра.
- 23.Жанровые предпочтения телезрителей.
- 24.Неэфирное телевидение.
- 25.Различие сельского и городского телесмотрения.
- 26.Ночное телесмотрение.
- 27.Сегментирование телезрителей.
- 28.Программная стратегия.
- 29.Собственное производство или покупка лицензии на показ.
- 30.Медиаизмеритель.

Примерный перечень заданий к СРС

Задание: подготовить доклады-презентации:

1. Владимир Зворыкин, изобретатель телевидения.
2. Фило Фарнсуорт, изобретатель телевидения.
3. История общественного вещания в СССР.
4. История ВВС.
5. История детской телепередачи «Улица Сезам».
6. Джордж Гэллап.

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Основная литература:

1. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: ЗАО Издательство "Аспект Пресс", 2014. - 400 с. - (Серия "Учебник нового поколения").<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756707243.html>

2. Пратер Ч., Гандри Л. Как создавать инновации [Электронный ресурс] / Пратер Ч., Гандри Л. - М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2013.
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Вартановой. - 2-е изд., перераб. и доп. - М.: Аспект Пресс, 2013. - 464 с. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706833.html>

Дополнительная литература:

1. Владимирова М.Б. Трансформация массового сознания под воздействием СМИ (на примере российского телевидения) [Электронный ресурс] : монография / Владимирова М.Б. - М. : ФЛИНТА, 2011.
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785976511101.html>
2. Кокарев И.Е. Кино как бизнес и политика: Современная киноиндустрия США и России [Электронный ресурс] : Учеб. пособие / И. Е. Кокарев. - 2-е изд., перераб. - М. : Аспект Пресс, 2009. <http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756705218.htm>
3. Шестёркина Л.П. Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 224 с. Электронное издание на основе: Методика телевизионной журналистики: Учебное пособие для студентов вузов / Л. П. Шестеркина, Т. Д. Николаева. - М.: Аспект Пресс, 2012. - 224 с. - ISBN 978-5-7567-0661-1.
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706611.html>

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

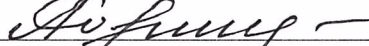
ДИСЦИПЛИНЫ

В курсе данной дисциплины обязательно использование мультимедийных средств - для презентаций цифровых фактов по телебизнесу.

Мультимедийная учебная аудитория «Пресс-центр» Д1 с выходом в интернет, количество студенческих мест –16, оснащение: компьютеры (в количестве 8 шт.) для монтажа телевизионных программ, для верстки газеты (в количестве 1 шт.), стационарный телевизор 46 дюймов, видеоплеер.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению 42.03.02 «Журналистика»

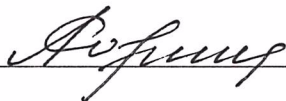
Рабочую программу составил доцент кафедры ЖРСО

Говердовская-Привезенцева С.А. 

Рецензент – директор ГТРК «Владимир» А.Н.Филинов 

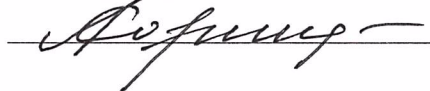
Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

протокол № 6 от 04.02.15 года.

Заведующая кафедрой  (Говердовская-Привезенцева С.А.)

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.02 «Журналистика»

протокол № 6 от 04.02.15 года.

Председатель комиссии  (Говердовская-Привезенцева С.А.)