

2015
+

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 » 02 _____ 2015 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ
ТЕЛЕВИЗИОННОГО БИЗНЕСА

Направление подготовки 42.03.02. «Журналистика»

Профиль подготовки

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения очная

Семестр	Трудоем- кость зач. ед, час.	Лек- ций, час.	Практич. занятий, час.	Лаборат. работ, час.	СРС, час.	Форма промежуточного контроля (экз./зачет)
8	4 з.е./ 144 час.	18	18		72	Экзамен (36 час)
Итого	4 з.е./ 144 час.	18	18		72	Экзамен (36 час)

Владимир-2015

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: базовые принципы формирования организационной структуры редакционного комплекса, функции сотрудников различного должностного статуса и углубленно круга обязанностей корреспондентского корпуса, основы медиа менеджмента (ОПК-11).

уметь: разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4); ориентироваться в мировых тенденциях развития медиаотрасли, быть осведомленным в области важнейших инновационных практик в сфере массмедиа (ОПК-2);

владеть: способностью участвовать в реализации медиапроекта, планировать работу, продвигать медиапродукт на информационный рынок, работать в команде, сотрудничать с техническими службами (ПК-5).

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 учебно й работы , с приме нием интера ктивных мето дов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемос ти (по неделям семестр), форма промежуто чной аттестации (по семе страм)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	Контрольные работы	СРС	КП / КР		
1	Краткая история телевидения.	8	1-2	2	2			8		2/50%	
2	Влияние телевидения.	8	3-4	2	2			8		2/50%	
3	Измерение телевизионных аудиторий.	8	5-6	2	2			8		2/50%	Рейтинг-контроль 1
4	Телевидение в жизни людей.	8	7-8	2	2			8		2/50%	
5	Сегментирование телезрителей.	8	9-10	2	2			8		2/50%	
6	Телевизионное программирование.	8	11-12	2	2			8		2/50%	Рейтинг-контроль 2
7	Производство телевизионных программ.	8	13-14	2	2			11		2/50%	
8	Структура отрасли.	8	15-16	2	2			11		2/50%	
9	История телевизионного рекламного рынка.	8	17-18	2	2			12		2/50%	Рейтинг-контроль 3
Итого:			18	18	18			72		18/50%	экзамен

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация компетентностного 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 ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Вопросы к первому рейтинг-контролю

1. Почему телебизнес называют «парадоксальным» явлением?
2. Сколько телецентров было в СССР в конце 70-х годов?
3. Какая новая профессиональная компетенция появилась у руководителей и сотрудников телецентров в начале 90-х годов XX века?
4. В каких годах российские телекомпании впервые добились получения прибыли?
5. Что такое «поколенческий сдвиг» в характере просмотра телепередач?
6. Кто изобрел телевидение?
7. Кто считается создателем общественного телевидения?
8. Назовите три органа, управляющие общественным телевидением
9. Как финансируется общественное телевидение?
10. Каким образом общественное телевидение обеспечивает независимость?
11. Торговая сеть «Госшвеймашина» и АО «Радипередача» - какая между ними связь?

12. В каком году появилась знаменитая детская передача «Улица Сезам»?
13. Первоначальная стоимость одной серии программы «Улица Сезам»?
14. В скольких странах выходила программа?
15. В каком году её стали показывать в России?
16. В каком году в США на ТВ появились первые политические ролики?
17. Кто такой Джордж Гэллуп?
18. Что означает «соломенный опрос»?
19. Кто впервые опроверг «соломенный опрос»?
20. С 20-х по 50-е годы в СССР властвовала социология или статистика?
21. Какой вопрос звучал в опросе в мае 1960 года, проведенным газетой «Комсомольская правда»?
22. Суть дневниковой панели для измерения аудитории республиканского радио и телевидения
23. Какую тематическую «недостачу» обнаружили в телевизионном начале 80-х годов XX века благодаря дневниковой панели опроса?
24. С какого года стали проводить исследования российской аудитории эфирных СМИ британским отделением Института Гэллупа?
25. Назовите четыре основных метода сбора информации для измерения телевизионных аудиторий.
26. Дайте формулу расчета рейтинга.
27. Доля – это?
28. Охват – это?

Вопросы ко второму рейтинг-контролю

1. «Телесмотрение по дням недели» – на сколько возрастает телесмотрение в выходные? 2. «Сезонное телесмотрение» – на какое время года выпадает больше интереса, на какое – меньше?
3. Объем среднесрочного телепросмотра – изменения.
4. Каковы различия телесмотрения в зависимости от социодемографических характеристик?
5. Кто смотрит телевизор больше: мужчины или женщины?
6. В чем выражается популярность телеканалов?
7. Какие тележанры предпочитают зрители во все мире?
8. Какой контент привлекателен для зрителей на неэфирных телеканалах?
9. Какие телевизионные программы предпочитают сельские жители?
10. Сколько % зрителей смотрят телевизионные каналы по ночам?

11. Объясните термин «Заппинг».
12. Объясните термин «Флиппинг».
13. Объясните термин «Грейзинг».
14. Объясните термин «Заппинг».
15. Объясните термин «Мьютинг».
16. Объясните термин «Скиппинг».
17. Что такое «сегментирование зрителей»?
18. Перечислите девять групп телезрителей.
19. Суть методики сегментации аудитории компанией TNS «NeedScope».
20. Шесть типов телезрителей по мнению NeedScope.
21. Дайте определение телевизионному программированию.
22. Зачем нужны в эфире инновационные программы?
23. Назовите четыре базовые программные стратегии.
24. Программирование оперативного уровня – что это?
25. Что такое «вертикальное программирование»?
26. Что такое «горизонтальное программирование?»
27. Плюсы и минусы покупки лицензии на показ?
28. Критерии отбора программ для телеканала

Вопросы к третьему рейтинг-контролю

1. Охарактеризуйте аффилированные телекомпании.
2. Минус для производителей программ на продажу.
3. Характеристика продюсерско-производственных компаний (продюсерские студии)
4. Характеристика продюсерских компаний.
5. Первый советский документальный многосерийный телевизионный фильм
6. Сколько % в недельной сетке телеканалов занимают выпуски новостей?
7. Перечислите четыре группы телеканалов.
8. Что фактически является телевизионной отраслевой валютой?
9. Назовите медиаселлеры, работающих в России.
10. Дайте определение «медиаселлеры».
11. Первая реклама в СССР.
12. Первая зарубежная реклама на советском ТВ?
13. Специализация современных рекламных агентств
14. Два вида деятельности рекламных агентств.
15. Преимущество «глобальных рекламных холдингов»?

16. Дайте определение «медиабаинг».
17. Четыре способа ценообразования телевизионной рекламы и основанных на них вариантов продажи рекламы.
18. Перечислите формы организации продажи рекламы.

Контрольные вопросы к экзамену по курсу

«Основы телевизионного бизнеса»

1. Охарактеризовать период работы телевидения 1907-1941 гг.
2. Охарактеризуйте период работы телевидения 1945-1986 гг.
3. Система спутникового распространения телевизионного сигнала.
4. Появление и развитие цветного телевидения.
5. История развития видеозаписи.
6. Современное телевидение 1986-2010 гг.
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 Гэллуп.
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. Рейтинги, охват, доля.
20. Телесмотрение по дням недели.
21. Сезонное телесмотрение.
22. Объем среднесуточного телепросмотра.
23. Жанровые предпочтения телезрителей.
24. Незфирное телевидение.
25. Различия 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. Варгановой. - 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.
<http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913591074.html>
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. Е. Л. Варгановой. - 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 доц. каф. ЖРСО

А.Ф.Мич
Говердовская-Привезенцева С.А.

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

А.Н.Филинов

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО

протокол № 6 от 04.02.15 года.

Заведующая кафедрой

А.Ф.Мич (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

А.Ф.Мич (Говердовская-Привезенцева С.А.)