

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

УТВЕРЖДАЮ

Проректор
по образовательной деятельности


_____ А.А.Панфилов
« 11 » 09 _____ 2019г.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ОСНОВЫ МЕДИАБИЗНЕСА**

направление подготовки: 42.03.02 «Журналистика»

профиль/программа подготовки: «Журналистика»

уровень высшего образования: бакалавриат

форма обучения очная: очная

Семестр	Трудоемкость зач. ед./ час.	Лекции, час.	Практич. занятия, час.	Лаборат. работы, час.	СРС, час.	Форма промежуточной аттестации (экзамен/зачет/ зачет с оценкой)
5	3/108	18	36		54	Зачет
Итого	3/108	18	36		54	Зачет

Владимир 2019

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цели освоения дисциплины:

- познакомить с телевидением не только как с культурным институтом, оказывающим значительное влияние на российское общество, но и как отдельную индустрию, являющуюся ключевым структурно-функциональным сегментом медиаиндустрии.
- сформировать понимание бизнес-процессов, которые происходят в телевизионной индустрии;
- наработать навыки для работы в телевизионном бизнесе.

Задачи освоения содержания курса – помочь студентам на практике использовать полученные знания, создав собственный телевизионный бизнеса.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Основы медиабизнеса» относится к дисциплинам по выбору вариативной части учебного плана ОПОП ВО направления 42.03.02 Журналистика. Пререквизиты дисциплины: «Техника и технология СМИ», «Практикум работы в университетских СМИ», производственная практика.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

Код формируемых компетенций	Уровень освоения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)
1	2	3
<i>ОПК-4</i> – способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	<i>частично</i>	Знать социологические данные о запросах и потребностях общества и отдельных аудиторных групп телезрителей. Уметь учитывать основные характеристики целевой аудитории при создании телевизионных программ. Владеть методиками работы в разных телевизионных жанрах.
<i>ОПК-5</i> – способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их		Знать совокупность политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях. Уметь осуществлять свои профессиональные журналистские действия с учетом механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы. Владеть тенденциями развития современных редакционных технологий, медиаканалов и

функционирования, правовых и этических норм регулирования		платформ.
<i>ОПК- 7</i> – способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности		Знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Уметь осуществлять поиск корректных творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами и правилами профессии журналиста. Владеть приемами производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта.
<i>ПК-13</i> – решает поставленные задачи при работе над индивидуальным (или коллективным) проектом в сфере журналистики	<i>частично</i>	Знать тенденции развития современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ. Уметь предлагать творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики. Владеть современными редакционными технологиями на разных медиаканалах и платформах.
<i>ПК-14</i> – реализует журналистский проект в рамках своих полномочий и несет ответственность за результат	<i>частично</i>	Знать этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта Уметь корректировать свои творческие действия в зависимости от промежуточного и конечного результатов. Владеть методикой отслеживания реакции целевой аудитории.
<i>ПК-16</i> – распределяет свои трудовые ресурсы в соответствие с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами	<i>частично</i>	Знать цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности. Уметь придерживаться установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта. Владеть навыками распределения трудовых ресурсов в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами.
<i>ПК-19</i> – использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста (или продукта)	<i>частично</i>	Знать виды современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ. Уметь организовать работу современных редакционных технологий, медиаканалов и платформ для создания телевизионных программ. Владеть современными технологиями создания телевизионного продукта.

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетных единицы, 108 часов.

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Виды учебной работы, включая самостоятельную работу студентов и трудоемкость (в часах)				Объем учебной работы, с применением интерактивных методов (в часах / %)	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	СРС		
1.	Краткая история телевидения.	5	1-2	2	2		6	2/50%	
2.	Влияние телевидения.	5	3-4	2	6		6	4/50%	
3.	Измерение телевизионных аудиторий.	5	5-6	2	6		6	4/50%	Рейтинг-контроль № 1
4.	Телевидение в жизни людей	5	7-8	2	2		6	2/50%	
5.	Сегментирование телезрителей.	5	9-10	2	2		8	2/50%	
6.	Телевизионное программирование.	5	11-12	2	6		8	4/50%	Рейтинг-контроль № 2
7.	Производство телевизионных программ.	5	13-14	2	2		8	2/50%	
8.	Структура отрасли.	5	15-16	2	4		6	3/50%	
9.	Телевизионный рекламный рынок.	5	17-18	2	6		9	4/50%	Рейтинг-контроль № 3
Всего за 5 семестр				18	36		54	27/50%	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине				18	36		54	27/50%	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине «Основы медиабизнеса»

Тема 1. Краткая история телевидения: телевидение 1907-1941 гг.; В. Зворыкины, Ф. Фарнсуорт; советское телевидение 1945-1986 гг.; цензура в СССР; гласность и конец

советского телевидения; система спутникового распространения телевизионного сигнала; появление и развитие цветного телевидения; история развития видеозаписи; современное телевидение 1986-2010 гг.; создание российских телевизионных сетей.

Тема 2. Влияние телевидения. Телевидение и дети. Телевидение и выборы. Тенденциозность СМИ. Телевидение и насилие. Социальная ответственность телевидения. Четыре теории прессы. Корпоративная социальная ответственность. Концепция заинтересованных сторон. Корпоративная социальная ответственность в России. Матрица заинтересованных сторон для российских телекомпаний.

Тема 3. Измерение телевизионных аудиторий. Джордж Гэллап. История исследования аудиторий. История исследования общественного мнения в Советском Союзе. История исследований аудитории в России. Медиакомитет. Достоверность измерений телевизионных аудиторий. Дневниковый метод. Пиплметровая панель TNS. Телевизионные панели в других странах. Портативный пиплметр. Рейтинг, охват, доля.

Тема 4. Телевидение в жизни людей. Телесмотрение по дням недели. Сезонное телесмотрение. Объем среднесуточного телепросмотра. Различия в телесмотрении от социодемографических характеристик. Популярность телеканалов. Количество доступных телеканалов. Жанровые предпочтения телезрителей. Неэфирное телевидение. Различие сельского и городского телесмотрения. Ночное телесмотрение. Отложенное телесмотрение. Разновидности телесмотрения телевизионной аудитории.

Тема 5. Сегментирование телезрителей. Сегментация АЦВИ 2004 г. Сегментация АЦВИ 2005 г. Советская сегментация потребителей СМИ. Сегментация на основе психографики. Сегментация TNS по методике NeedScore. Сегментация телезрителей.

Тема 6. Телевизионное программирование. Актуальность стратегического программирования. Программная стратегия. Программные стратегии российских телеканалов. Программирование оперативного уровня. Российская практика программирования. Советская система программирования. Американская практика программирования. Сравнение американского и российского программирования. Приемы оперативного программирования. Использование программных приемов. Базовые теории поведения телезрителей. Американский алгоритм создания программного расписания. Собственное производство или покупка лицензии на показ. Алгоритм определения средней стоимости часа программирования в тайм-слоте.

Тема 7. Производство телевизионных программ. Объемы производства телевизионного контента. Производители телевизионного контента. Производство сериалов. Стоимость сериалов. Кинофильмы. Производство телепрограмм. Документальные фильмы. Телеканала как конкуренты телевизионных студий. Гонорарная политика в России и в США. Жанровое разнообразие. Кинопрограмма.

Тема 8. Структура отрасли. Медиаизмеритель. Медиаселлеры. Кабельные телеканалы и кабельные операторы. Концентрация и вертикальная интеграция медиаиндустрии. Стратегический менеджмент. Семь сил отраслевой конкуренции. Цепочка создания ценности. Отраслевые барьеры. Региональные рынки. Ресурсы. Общая оценка ресурсов. Ключевые компетенции компаний. Стоимость телекомпаний. Rower Ratio.

Тема 9. Телевизионный рекламный рынок. История телевизионного рекламного рынка. Объемы телевизионной рекламы в 1992-2010 гг. Рекламные агентства. Преобразование мирового рекламного бизнеса в XIX-XX вв. Медиабаинг на телевидении в России. Продажа телевизионной рекламы. Ценообразование. Форма организации продаж. Сейлз-хаусы и рынок телевизионной рекламы Украины. Система финансовых расчетов телеканалов и сейлх-хаусов. Цифровое телевидение. Госпрограмма развития цифрового телевидения в России. Цифровые стандарты. Будущее телевидения.

Содержание практических занятий по дисциплине

Практическое занятие № 1 Краткая история телевидения ПЛАН

1. Начало телевизионной эпохи (1907-1941 гг.)
2. Биографический путь изобретателя В. Зворыкина.
3. Зарубежные разработки телевизионных устройств.
4. Особенности работы советского телевидения (1945-1986 гг.).
5. Проблемы современного телевидения (1986-2023 гг.).

Практическое занятие № 2 Влияние телевидения ПЛАН

1. Разработка проектов телепрограмм для детей.
2. Мировой опыт использования телевидения в выборных кампаниях.
3. Использование четырех теорий прессы на современном телевидении.
4. Корпоративная социальная заинтересованность и ответственность.

Практическое занятие № 3 Измерение телевизионных аудиторий ПЛАН

1. Эволюция измерений Дж.Гэллапа.
2. Понимание «общественного мнения» в СССР и за рубежом.
3. Исследование аудитории в России.
4. Проблема получения достоверных измерений телевизионных аудиторий.
5. Использование пиплметровой панели TNS сегодня.
6. Характеристики рейтинга, охвата, доли.

Практическое занятие № 4 Телевидение в жизни людей ПЛАН

1. Виды телесмотрения: по дням недели, сезонное, ночное, отложенное.
2. Различия в телесмотрении.
3. Жанровые предпочтения телезрителей.
4. Различия сельского и городского телесмотрения.

Практическое занятие № 5
Сегментирование телезрителей
ПЛАН

1. Понятие «сегментация».
2. Разновидности сегментаций.
3. Анализ полученных результатов на основе сегментации.

Практическое занятие № 6
Телевизионное программирование
ПЛАН

1. Понятие «стратегическое программирование».
2. Возможные виды программных стратегий.
3. Советская, российская и американская практики программирования.
4. Возможности приемов оперативного программирования.
5. Теории поведения телезрителей.
6. Собственное производство и покупка лицензии.
7. Стоимость часа программирования.

Практическое занятие № 7
Производство телевизионных программ
ПЛАН

1. Объемы производства и производители телевизионного контента.
2. Производство сериалов, их стоимость.
3. Производство кинофильмов, телепрограмм, документальных фильмов.
4. Гонорарная политика в России и в США.

Практическое занятие № 8
Структура отрасли
ПЛАН

1. Медиаизмеритель. Медиаселлеры.
2. Кабельные телеканалы и кабельные операторы.
3. Стратегический менеджмент.
4. Региональные рынки. Ресурсы. Общая оценка ресурсов.

Практическое занятие № 9
Телевизионный рекламный рынок
ПЛАН

1. История и настоящее телевизионного рекламного рынка.

2. Развитие мирового рекламного бизнеса в XIX-XX вв.
3. Ценообразование и формы организации продаж.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

В преподавании дисциплины «Основы медиабизнеса» используются разнообразные образовательные технологии как традиционные, так и с применением активных и интерактивных методов обучения.

Активные и интерактивные методы обучения:

- Интерактивная лекция (тема № 1-9);
- Разбор конкретных ситуаций (тема №3-7).

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

Текущий контроль успеваемости (рейтинг-контроль 1, рейтинг-контроль 2, рейтинг-контроль 3)

Рейтинг-контроль №1 Контрольные вопросы

1. Причина, почему телебизнес называют «парадоксальным» явлением.
2. Количество телецентров в СССР в конце 70-х годов.
3. Новая профессиональная компетенция, которая появилась у руководителей и сотрудников телецентров в начале 90-х годов XX века.
4. Год, когда российские телекомпании, которые впервые добились получения прибыли от рекламы.
5. Назовите «поколенческий сдвиг» в характере просмотра телепередач.
6. Кто изобрел телевидение?
7. Создатель общественного телевидения.
8. Назовите три органа, управляющие общественным телевидением
9. Финансирование общественного телевидения.
10. Каким образом общественное телевидение обеспечивает независимость?
11. Связь между торговой сетью «Госшвеймашина» и АО «Радиопередача».
12. Назовите год, когда на телеэкранах появилась знаменитая детская передача «Улица Сезам».
13. Первоначальная стоимость одной серии программы «Улица Сезам».

14. Количество стран, в которых выходила программа «Улица Сезам».
15. В каком году её стали показывать в России?
16. Год, когда на ТВ США появились первые политические ролики.
17. Кто такой Джордж Гэллуп?
18. Расшифруйте термин «соломенный опрос».
19. Фамилия человека, который впервые опроверг «соломенный опрос».
20. С 20-х по 50-е годы в СССР властвовала социология или статистика? 21. Вопрос, который звучал в опросе в мае 1960 года, проведенным газетой «Комсомольская правда».
22. Суть дневниковой панели для измерения аудитории республиканского радио и телевидения.
23. Тематическая «недостача», которую обнаружили в телевизионном эфире начала 80-х годов XX века благодаря дневниковой панели опроса.
24. Год начала проведения 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 ...

Рейтинг-контроль №2 **Контрольные вопросы**

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. Категории, в которых выражается популярность телеканалов.
7. Тележанры, которые предпочитают зрители во все мире.
8. Самый привлекательный контент для зрителей на неэфирных телеканалах.
9. Телевизионные программы, которые предпочитают сельские жители.

10. Количество процентов зрителей, которые смотрят телевизионные каналы по ночам.
11. Объясните термин «Заппинг».
12. Объясните термин «Флиппинг».
13. Объясните термин «Грейзинг».
14. Объясните термин «Мьютинг».
15. Объясните термин «Скиппинг».
16. Расшифруйте телевизионный термин «сегментирование зрителей».
17. Перечислите девять групп телезрителей.
18. Суть методики сегментации аудитории компанией TNS «NeedScore».
19. Шесть типов телезрителей по мнению NeedScore.
20. Дайте определение термину «телевизионное программирование».
21. Назовите четыре базовые программные стратегии.
22. Объясните, что такое «Программирование оперативного уровня».
23. Объясните телевизионный термин «вертикальное программирование».
24. Объясните термин «горизонтальное программирование».
25. Плюсы и минусы покупки лицензии на показ.
26. Критерии отбора программ для телеканала.

Рейтинг-контроль №3 **Контрольные вопросы**

1. Охарактеризуйте деятельность «афилированной 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. Количество часов (в процентах), которые в недельной сетке телеканалов занимают выпуски новостей.
7. Перечислите четыре группы телеканалов.
8. Телевизионная отраслевая валюта.
9. Назовите медиаселлеры, работающих в России.
10. Дайте определение термину «медиаселлеры».
11. Слоганы первых рекламных текстов в СССР.

12. Поп-личность, которая была задействована в зарубежной рекламе, показанной на советском ТВ в 1988 году.
13. Специализация современных рекламных агентств.
14. Два вида деятельности рекламных агентств.
15. Преимущество «глобальных рекламных холдингов».
16. Дайте определение термину «медиабаинг».
17. Четыре способа ценообразования телевизионной рекламы и основанных на них вариантов продажи рекламы.
18. Перечислите формы организации продажи рекламы.

**Основные вопросы для самостоятельной работы по дисциплине
«Основы медиабизнеса»**

**Тема № 1. Краткая история телевидения.
ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

1. Подготовить доклад об изобретателе телевидения В.К. Зворыкине.
2. Подготовить доклад о деятельности Ф. Фарнсуорте.
3. Изучить документы о цензуре в СССР.
4. Записать расшифровку определений следующих понятий: спутниковое телевидение, телевизионный сигнал, цветное телевидение, видеозапись, телевизионные сети.

**Тема № 2. Влияние телевидения.
ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

1. Подготовить эссе на тему «Влияние телевидения».
2. Провести опрос на тему «Нужно ли детям смотреть все программы телевидения?»

**Тема № 3. Измерение телевизионных аудиторий
ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

1. Подготовить доклад о Дж.Гэллапе.
2. Подготовить доклад «Общественное мнение».
3. Записать в тетрадь расшифровку терминов: телевизионная аудитория, измерение телевизионных аудиторий, пиплметровая панель TNS, рейтинг, охват, доля.

**Тема № 4. Телевидение в жизни людей.
ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ**

1. Записать в тетрадь расшифровку следующих телевизионных терминов: телесмотрение, сезонное телесмотрение, среднесуточный телепросмотр, социодемографические характеристики, неэфирное телевидение, ночное и отложенное телесмотрение.

Тема № 5. Сегментирование телезрителей.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

1. Записать в тетрадь расшифровку следующих телевизионных терминов: сегментация, сегментация потребителей СМИ, сегментация на основе психографики.
2. Уточнить цели и задачи сегментации TNS по методике NeedScore.

Тема № 6. Телевизионное программирование.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

1. Записать в тетрадь расшифровку следующих телевизионных терминов: стратегическое программирование, программная стратегия, программное расписание.
2. Подготовить доклад на тему «Собственное производство российских телеканалов».
3. Подготовить доклад на тему «Покупка лицензии на показ».
4. Подготовить доклад на тему «Средняя стоимость часа программирования в тайм-слоте в сегодняшней практике телеканалов».

Тема № 7. Производство телевизионных программ.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

1. Посчитать стоимость одной из программ современного телеконтента.
 2. Посчитать стоимость предлагаемой студентом программы.
- Предоставить данные преподавателю.

Тема № 8. Структура отрасли.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

1. Записать в тетрадь расшифровку следующих телевизионных терминов: медиаизмеритель, медиаселлеры, кабельные телеканалы, кабельные операторы, отраслевые барьеры.
2. Построить схему руководства телеканала.

Тема № 9. Телевизионный рекламный рынок.

ЗАДАНИЯ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ:

1. Записать в тетрадь расшифровку следующих телевизионных терминов: рекламное агентство, медиабаинг, сейлз-хаусы, цифровые стандарты телевидения.
2. Подготовить доклад «Ценообразование на телевидении».

ВОПРОСЫ К ЗАЧЕТУ

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 1986-2010гг.
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. Различия сельского и городского телесмотрения.
26. Ночное телесмотрение.
27. Сегментирование телезрителей.
28. Программная стратегия.
29. Собственное производство или покупка лицензии на показ.
30. Медиаизмеритель.

Фонд оценочных средств для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ	
		Количество экземпляров изданий в библиотеке ВлГУ в соответствии с ФГОС ВО	Наличие в электронной библиотеке ВлГУ
1	2	3	4
Основная литература*			
1. Основы медиабизнеса: Учебник для студентов вузов /	2014		http://www.studentlibrary.

Под ред. Е. Л. Вартановой. - М.: ЗАО Издательство "Аспект Пресс", 2014. - 400 с. - (Серия "Учебник нового поколения").			ru/book/ISBN9785756707243.html
2. Пратер Ч., Гандри Л. Как создавать инновации [Электронный ресурс] / Пратер Ч., Гандри Л. - М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2013.	2013		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785913591074.html
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.	2013		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.	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.	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.	2012		http://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756706611.html

Периодические издания:

- Журнал «Broad casting телевидение и радиовещание» <http://www.broadcasting.ru/>
Журнал «Телемир» <https://www.journal-off.info/>
Журнал «Телеспутник» <https://telesputnik.ru/>
Журнал «ТКТ (Техника кино и телевидения)» <http://mediarama.ru/>

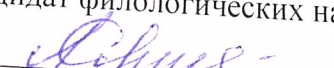
7.2 Интернет-ресурсы:


- <http://mediasat.info/>
<https://telesputnik.ru/>
<http://www.broadcasting.ru/>
<https://www.tvbs.ru/>
https://moscow.rt.ru/b2b/corp_ipbv

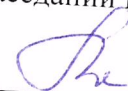
8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ


Для реализации данной дисциплины имеются специальные помещения для проведения занятий лекционного типа, занятий практического/лабораторного типа:

- 1.Мультимедийная учебная аудитория 201б, количество студенческих мест – 25, площадь 34,3 кв.м., оснащение: проектор Toshiba TDP-EX20, экран проекционный подвесной к стене с шириной не менее 2м, ноутбук.
- 2.Компьютерный класс 332, количество студенческих мест – 16, площадь 58, 3 кв. м, оснащение: персональные компьютеры HP Compaqdc 5800 – 12шт., доска настенная.

Рабочую программу составил кандидат филологических наук, доцент кафедры ЖРСО
Говердовская-Привезенцева С.А. 

Рецензент директор ГТРК «Владимир» Филинов А.Н. 

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 1 от 29.08.2019 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В. 

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической
комиссии направления 42.03.02. Журналистика
Протокол № 1 от 11.09.2019 года
Председатель комиссии Латышева Ж.В. 

**ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ**

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий
кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий
кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий
кафедрой _____

ЛИСТ РЕГИСТРАЦИИ ИЗМЕНЕНИЙ

в рабочую программу дисциплины

НАИМЕНОВАНИЕ

образовательной программы направления подготовки код и наименование ОП,
направленность: *наименование (указать уровень подготовки)*

Номер изменения	Внесены изменения в части/разделы рабочей программы	Исполнитель ФИО	Основание (номер и дата протокола заседания кафедры)
1			
2			

Зав. кафедрой _____ / _____
Подпись / ФИО