

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное
образовательное учреждение высшего образования
«Астраханский государственный университет имени В. Н. Татищева»
(Астраханский государственный университет им. В. Н. Татищева)

СОГЛАСОВАНО
Руководитель ОПОП
Г.С. Белолипская
«6» июня 2024 г.

УТВЕРЖДАЮ
Заведующий кафедрой журналистики и
медиакommunikаций
_____ Белолипская Г.С.
«6» июня 2024 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях

Составитель(-и)	Фадеева И.В., к.ф.н., доцент кафедры журналистики и медиакommunikаций 420402Журналистика
Направление подготовки	Медиатехнологии в креативных индустриях
Направленность (профиль) ОПОП	магистр
Квалификация (степень)	очная
Форма обучения	2023
Год приема	2
Курс	1
Семестр	

Астрахань, 2024г.

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1. Цели освоения дисциплины «Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях»: формирование комплексных знаний у студентов о ключевых категориях юридической изучить стратегии создания контента и подбора команды для реализации креативных проектов, выявить общую логику работы с проектными командами в удаленном и традиционном (офлайн) форматах; проанализировать карту компетенций мультимедийного продюсера; представить различные подходы к оценке роли продюсера в цепочке реализаций креативных мультимедийных проектов.

1.2. Для того чтобы указанная цель могла быть достигнута, необходимо выполнить следующие задачи: изучить историю возникновения мультимедийного продюсирования как рода деятельности; исследовать культурные феномены, процессы и практики мультимедийного отражения креативных сфер; познакомить студентов с методологией их изучения; научить способам анализа технических заданий; проанализировать общие и специфические культурные формы мультимедийного продюсирования; выработать максимально продуктивную модель поведения будущих профессионалов в их повседневной работе, связанной с темой создания производственных креативных проектов с использованием Интернета и других новых медиа.

. 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП

2.1. Учебная дисциплина «Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений и осваивается в 1 семестре.

Курс «Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях» реализуется в 1 семестре обучения и является продолжением освоения профессиональных дисциплин, успешного прохождения профессионально-журналистской практики и дальнейшего выполнения итоговой научно-исследовательской работы. Изучение дисциплины должно способствовать адаптации выпускника к профессиональной деятельности, развитию необходимых личностных качеств и формированию социально ответственного журналиста.

2.2. В качестве входных знаний выступают следующие знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности, формируемые предшествующими и сопутствующими дисциплинами:

Исходное понятие о профессионально-нравственных ориентирах студенты получают в ходе изучения дисциплины

- «Основы творческой деятельности журналиста». Курс «Профессиональная этика журналиста» представляет собою детальное рассмотрение системы профессионально-этической регуляции журналистского поведения, предлагаемое учащимся в четвертом семестре – после того, как они освоили в теории основные направления журналистской деятельности и столкнулись на практике с трудностями морального выбора тех или иных профессиональных шагов.

- «Основы журналистской деятельности»

Знания: система факторов, определяющих задачи и содержание профессиональной деятельности журналиста (общественные потребности, интересы аудитории, функции СМИ); основные свойства массовых информационных потоков как совокупного медиа-продукта и влияние на них специфики канала распространения; содержание основных направлений деятельности редакции в разных СМИ (авторское журналистское творчество; поддержание связи с аудиторией; организация информационных компаний, общественных дискуссий, обсуждений и т.п.; взаимодействие с социальными институтами, пресс-службами, рекламными службами и т.д.); состав профессиональных обязанностей журналиста, обусловленных

содержанием основных направлений редакционной деятельности и современными технологическими и техническими возможностями редакции; место и роль авторского творчества журналиста в системе его профессиональных обязанностей; базовые характеристики журналистских произведений и способ их создания; объективные основы жанровой дифференциации журналистского творчества; отличительные особенности текстов разных жанровых групп и форматов.

Умения: участвовать в разработке концепции средства массовой информации, в планировании работы редакции и своей собственной деятельности; владеть технологиями интерактивного общения с аудиторией; выполнять другие обязанности, обусловленные редакционной необходимостью.

Навыки и (или) опыт деятельности: уверенно ориентироваться в информационной среде, оперативно находить необходимые источники информации, в том числе и нужные интернет-ресурсы, получать искомые сведения, используя различные методы (работа с документом, наблюдение, интервьюирование и т.д.), а также возможности электронной техники; пользоваться мобильной связью; работать с анонсами информационных агентств, использовать поступающие из агентств материалы; создавать новостной текст для размещения на различных платформах СМИ, владеть базовыми навыками подготовки материалов в других жанрах, а также участвовать в подготовке коллективного медиапродукта, работать «в команде».

- «Основы теории коммуникации»

Знания: основы теории коммуникации как акта общения, состоящего в обмене сообщениями с целью достижения определенного эффекта; коммуникации как вида деятельности с определенными методами и навыками достижения планируемого эффекта; действующие в этом процессе барьеры и факторы организации эффективной коммуникации; взаимосвязь коммуникации как вида деятельности с параметрами экономического, политического, социального пространства; основные точки напряжения, асоциальные эффекты социальной коммуникации, способы снятия конфликтов и её гуманизации.

Умения: соотносить теоретические схемы изучения коммуникации с практикой мировой культуры; прогнозировать сценарии коммуникации в процессе практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью с учетом факторов организации эффективного коммуникационного процесса, использовать полученные знания для подготовки текстов, отвечающих данным критериям.

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть навыками анализа практической деятельности в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью, а также гармоничного общения в студенческой и будущей профессиональной среде с учетом наработанных теорией способов достижения эффективной коммуникации.

- «Системы СМИ»

Знания: организация системы СМИ в России; направления её оптимизации с точки зрения общественных потребностей, современных теоретических подходов и апробированного опыта мировой практики.

Умения: использовать полученные знания в коллективной редакционной работе (разработка концепции издания, теле-, радиопрограммы, его тематической и дизайнерской модели, формирование медийного контента) и индивидуальном журналистском творчестве (при подготовке авторских материалов в соответствии со спецификой вида, типа, формата СМИ).

Навыки и (или) опыт деятельности: владеть навыком системного подхода и основанным на нем методом типологического анализа СМИ в профессиональных целях.

Знания, полученные в ходе изучения курса «Профессиональная этика журналиста», развиваются через содержание последующих дисциплин «Работа журналиста в условиях конвергентной редакции», «Концепция новых медиа», «Печатные и новые медиа», закрепляются в процессе прохождения профессионально-журналистской практики и подготовки итоговой научно-исследовательской работы.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций в соответствии с ФГОС ВО и ОПОП ВО по данному направлению подготовки (специальности):

- а) универсальных (УК): – УК-3
- б) общепрофессиональных =
- в) профессиональных (ПК): ПК-2, ПК-4, ПК-5

Таблица 1. Декомпозиция результатов обучения

Код компетенции	Планируемые результаты освоения дисциплины		
	Знать	Уметь	Владеть
УК -3. Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.1. Формирует стратегию командной работы на основе совместного обсуждения целей и направлений деятельности для их реализации.	УК-3.2. Организует работу команды с учетом объективных условий (технология, внешние факторы, ограничения), индивидуальных особенностей поведения и возможностей членов команды.	УК-3.3. Обеспечивает выполнение поставленных задач на основе мониторинга командной работы и своевременного реагирования на существенные отклонения.
ПК-2. Способен осуществлять авторскую деятельность любого характера и уровня сложности с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа	ПК-2.1. Осуществляет регулярный мониторинг тем и проблем информационной повестки дня. ПК-2.2. Формирует круг героев, свидетелей, экспертов для создания журналистских текстов (или) продуктов любого уровня сложности и изучает полученные сведения.	ПК-2.3. Анализирует релевантную информацию из доступных документальных источников. ПК-2.4. Контролирует достоверность и полноту полученной информации, систематизирует факты и мнения. ПК-2.5. Разрабатывает оригинальные творческие решения.	ПК-2.6. Соотносит все свои действия с профессиональными этическими нормами. ПК-2.7. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт любого уровня сложности с учетом требований конкретной редакции СМИ или другого медиа..

ПК-4. Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ПК-4.1. Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики.	ПК-4.2. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач.	ПК-4.3. Составляет план действий по реализации проекта.
ПК-5. Способен системно выстраивать производственный процесс выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	ПК-5.1. Определяет этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта.	ПК-5.2. Тестирует новые редакционные технологии.	ПК-5.3. Внедряет современные редакционные технологии в производственный процесс

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 16ч., 16 ч. аудиторных, 16 ч. практических

Таблица 2. Структура и содержание дисциплины

№ п/п	Раздел, тема дисциплины	Семестр	Контактная работа (в часах)			Самостоят. работа		Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации (по семестрам)
			Л	ПЗ	ЛР	КР	СР	
1.	Тема 1. . Основные понятия продюсирования Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера	1		4				Анализ проблемных ситуации и вопросов на семинарском занятии, контрольная работа №1, эссе, реферат.
2.	Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования	1		4				Тест №1, анализ проблемных ситуации и вопросов на семинарском занятии, эссе, реферат.

	ния. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии.							
3.	Тема 3. . Практическая реализация медиапроекта Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности	1		4				Анализ проблемных ситуаций и вопросов на семинарском занятии, контрольная работа №2, эссе, реферат.
4.	Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство	1		4				анализ проблемных ситуаций и вопросов на семинарском занятии, эссе, реферат.
ИТОГО				16				Экзамен

Примечание: Л – лекция; ПЗ – практические занятия, семинар; ЛР – лабораторные работы; КР – курсовая работа; СР – самостоятельная работа по отдельным темам

Таблица 3. Матрица соотнесения тем/разделов учебной дисциплины/модуля и формируемых в них компетенций

Темы, разделы дисциплины	Кол-во часов	Код компетенции				Общее количество компетенций
		ПК-2	ПК-4	ПК-5	УК-3	
Тема 1. . Основные понятия продюсирования Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера	4	+	+	+	+	4

Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии.	4	+	+	+	+	4
Тема 3. . Практическая реализация медиапроекта Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности	4	+	+	+	+	4
Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство	4	+	+	+	+	4
Итого	16					4

Краткое содержание каждой темы дисциплины (модуля)

Тема 1. . Основные понятия продюсирования. Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера. Традиции и современность. Концепция развития творческих индустрий в России и отражение этого процесса в медиа

Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии. Управление опытом потребителей креативных индустрий. Движущие силы развития креативных индустрий и их медиапродвижения.

Тема 3. . Практическая реализация медиапроекта. Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности. Инвестиции в творческие индустрии. Этические и правовые нормы деятельности в медиа. Работа с детьми. Работа с творческими людьми. Работа с учеными. Производственная цепочка в креативных индустриях. Создание креативного продукта

Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство

Роль креативных кластеров как сообществ креативных компаний в мультимедийном продюсировании контента. Креативное пространство, креативная студия или креативный центр. Арт-резиденции, лофт-пространства, лайфстайл-центры. Онлайн сообщества в креативных индустриях.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ПРЕПОДАВАНИЮ И ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

5.1. Указания для преподавателей по организации и проведению учебных занятий по дисциплине (модулю)

Учебная работа студентов в рамках дисциплины предусматривает лекционные занятия, семинары и самостоятельную работу студентов. Лекция представляет собой систематичное, последовательное устное изложение преподавателем определенного раздела учебной дисциплины. Лекционные занятия нацелены на формирование у студентов целостного представления об основных этапах развития системы СМИ в различные исторические периоды. Семинарские занятия тематически подчинены логике лекционного курса и нацелены на более глубокое изучение концептуально важных вопросов нового времени. Семинарские занятия предполагают реализацию студентами теоретических знаний журналистского курса на практике. Ряд тем выносятся на самостоятельное изучение. В ходе семинарского занятия осуществляются контрольные мероприятия в виде контрольных работ и тестирований, проектов

и т.д. Преподавателю работа студентов на семинаре позволяет судить о том, насколько успешно они осваивают материал курса. Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач: развитие логического мышления, навыков создания научных работ гуманитарного направления, развитие навыков работ с разноплановыми источниками, осуществление эффективного поиска информации и критики источника, преобразование информации в знание, осмысливание процессов, событий и явлений в России и мировом сообществе в их динамике и взаимосвязи, руководствуясь принципами научной объективности и историзма, формирование и аргументированное отстаивание собственной позиции по различным проблемам истории и теории журналистики.

5.2. Указания для обучающихся по освоению дисциплины (модулю)

Лекционный курс как важнейшая форма организации учебного процесса является основой получения теоретических знаний. С целью обеспечения успешного обучения студент должен готовиться к лекции, поскольку она:

- знакомит с новым учебным материалом;
- разъясняет учебные элементы, трудные для понимания;
- систематизирует учебный материал;
- ориентирует в учебном процессе.

При подготовке к лекции необходимо внимательно прочитать материал предыдущей лекции, предварительно ознакомиться с темой и учебным материалом предстоящей лекции по учебнику и учебным пособиям, продумать вопросы, которые необходимо задать лектору во время лекции.

При конспектировании лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометать важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на практическом занятии. Уделить внимание основным понятиям, отмеченным преподавателем на лекции.

Интерактивные лекции с использованием режимов мультимедийных презентаций предполагают прямую передачу систематизированной и структурированной информации преподавателем студентам посредством мультимедийных средств. Обязательным компонентом такой лекции является работа студентов в группе, заполнение «бортовых журналов», ориентированных на осмысление и обсуждение полученной на лекции информации каждым студентом (рефлексия). Используются элементы лекции с заранее запланированными ошибками, лекции-провокации, лекции-дискуссии, лекции-беседы, проблемной лекции.

Семинарское занятие – это особая форма учебно-теоретических занятий, которая, как правило, служит дополнением к лекционному курсу. Его отличительной особенностью является активное участие самих студентов в объяснении вынесенных на рассмотрение проблем, вопросов. Преподаватель дает возможность студентам свободно высказаться по обсуждаемому вопросу и только помогает им правильно построить обсуждение. Студенты заблаговременно знакомятся с планом семинарского занятия и литературой, рекомендуемой для изучения данной темы, чтобы иметь возможность подготовиться к семинару. При подготовке к занятию необходимо: проанализировать его тему, подумать о цели и основных проблемах, вынесенных на обсуждение; внимательно прочитать конспект лекции по этой теме; изучить рекомендованную литературу, делая при этом конспект прочитанного или выписки, которые понадобятся при обсуждении на семинаре; постараться сформулировать свое мнение по каждому вопросу и аргументировано его обосновать. Практическое (семинарское) занятие помогает студентам глубоко овладеть предметом, способствует развитию умения самостоятельно работать с учебной литературой и документами, освоению студентами методов научной работы и приобретению навыков научной аргументации, научного мышления. Самостоятельную работу студент проводит вне аудиторий по заранее полученным заданиям:

подготовка эссе и реферата по темам. Если требуется помощь в подготовке заданий, то преподаватель консультирует студента.

Практические занятия по дисциплине предполагают их проведение в различных формах с целью выявления полученных знаний, умений, навыков и компетенций. На практических занятиях формируются навыки анализа новостной и общественно-политической повестки, вырабатывается техника интерпретации событий. Занятия проводятся как в традиционной, так и в интерактивной форме. При подготовке к практическому занятию студенту необходимо прочитать сообщения прессы, внимательно изучить лекционный материал, а также соответствующий раздел учебника. Анализ сообщений прессы требует, прежде всего, внимательного, возможно, неоднократного его прочтения с необходимыми для себя пометками. Облегчает работу с текстом художественного произведения такой прием, как составление карточек. На отдельные карточки выписываются примеры использования автором приемов, записи систематизируются и делаются выводы об использовании того или иного приема художественной выразительности.

Таблица 4.Содержание самостоятельной работы обучающихся

Номер раздела (темы)	Кол-во часов	Формы работы
Тема 1. . Основные понятия продюсирования Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера	4	Составление конспекта реферат
Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии.	4	Составление конспекта
Тема 3. . Практическая реализация медиапроекта Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности	4	Составление конспект презентация
Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство	4	Составление конспекта реферат
Итого	16	

5.3. Виды и формы письменных работ, предусмотренных при освоении дисциплины (модуля), выполняемые обучающимися самостоятельно

Методические указания для самостоятельной работы студентов.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Порядок работы над рефератом.

1. Выбор темы.
2. Подбор и изучение литературы.
4. Составление плана реферата.
5. Изложение основного содержания по плану реферата.
6. Оформление и научно-справочный аппарат.

Общий объем работы – 15-25 страниц печатного текста (с учётом титульного листа, содержания и списка литературы) на бумаге формата А4. В тексте должны композиционно выделяться структурные части работы, отражающие суть исследования: введение, основная часть и заключение, а также заголовки и подзаголовки. Реферат должен быть выполнен на одной стороне листа белой бумаги формата А4. Интервал межстрочный – полуторный (1,5). Цвет шрифта – черный. Гарнитура шрифта основного текста — Times New Roman. Кегль (размер

шрифта) – 14. Размеры полей страницы: верхнее, нижнее, правое и левое — 20 мм. Формат абзаца: полное выравнивание «по ширине». Отступ красной строки одинаковый по всему тексту, рекомендуется 1,25 см. Страницы должны быть пронумерованы с учётом титульного листа, который не обозначается цифрой. В работах могут использоваться цитаты, статистические материалы. Эти данные оформляются в виде сносок (ссылок и примечаний). Все сноски и подстрочные примечания располагаются на той же странице, к которой они относятся, нумерация сносок устанавливается заново на каждой странице. Размер шрифта для названия главы – 16 (полужирный), подзаголовок — 14 (полужирный). Точка в конце заголовка, располагаемого посередине листа, не ставится. Заголовки не подчёркиваются. Оглавление (содержание) должно быть помещено в начале работы, а список литературы в конце реферата.

Тематика рефератов и докладов для самостоятельной работы

1. Современные креативные индустрии в России. Традиции и современность.
2. Современные креативные индустрии в Европе. Традиции и современность.
3. Современные креативные индустрии в Азии. Традиции и современность.
4. Современные креативные индустрии в Америке. Традиции и современность.
5. Концепция развития творческих индустрий в России и отражение этого процесса в медиа.
6. Мировой опыт освещения деятельности кинематографов
7. Мировой опыт освещения деятельности архитекторов
8. Мировой опыт освещения театрального искусства
9. Мировой опыт освещения модной индустрии
10. Процесс организации информационного производства

Эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме. При написании эссе студентам предстоит работать с высказываниями историков и современников о событиях и деятелях отечественной истории. Нужно выбрать одно, которое станет темой эссе. Задача – сформулировать собственное отношение к данному утверждению и обосновать его аргументами. При выборе темы эссе студент должен исходить из того, что:

- ☐ ясно понимаете смысл высказывания (не обязательно полностью или даже частично быть согласным с автором, но необходимо понимать, что именно он утверждает);
- ☐ можете выразить свое отношение к высказыванию (аргументировано согласиться с автором либо полностью или частично опровергнуть его высказывание);
- ☐ располагаете конкретными знаниями (факты, статистические данные, примеры) по данной теме;
- ☐ владеете терминами, необходимыми для грамотного изложения своей точки зрения.

При написании работы студенту следует руководствоваться следующими критериями:

- ☐ актуальность выбора темы (объяснение выбора темы и задач, которые ставит перед собой в своей работе участник) – 1 балл;
- ☐ творческий характер восприятия темы, ее осмысления – 1 балл;
- ☐ грамотность использования исторических фактов и терминов – 1 балл;
- ☐ четкость и доказательность основных положений работы – 1 балл;
- ☐ знание различных точек зрения по избранному вопросу – 1 балл.

Темы эссе для самостоятельной работы

1. Чем навыки мультимедийного продюсера отличаются от продюсера кино или

- музыкального продюсера?
2. Чем отличаются гранты от краудфандинга?
 3. Как использовать отклики читателей для совершенствования работы продюсера?
 4. Как организовать работу проектной команды?
 5. Подбор членов команды?
 6. Как создать план эффективной работы проектной команды?
 7. Как использовать технологические возможности новой эпохи для эффективной работы продюсера мультимедиа?
 8. Понимание сущности цифрового медиапотребления
 9. Понимание сущности адаптивных стратегий медиапотребления
 10. Разрешение кризисных ситуаций при продюсировании онлайн проектов

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

6.1. Образовательные технологии

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Название образовательной технологии	Темы, разделы дисциплины	Краткое описание применяемой технологии
Лекция (лекция–конференция, проблемная лекция, творческое соревнование, учебные деловые игры, интерактивное выступление)	1-9	Основная технология, устная передача преподавателем лекционного материала, ответы на вопросы студентов. Дискуссия по аспекту/проблеме лекционного материала. Возможность деления аудитории на дискуссионные команды.
Семинарское занятие	1-9	Образовательная технология, реализуемая в форме учебного занятия, на котором заслушиваются и обсуждаются ответы студентов по заявленной заранее теме.
Дискуссия, полемика	1-9	Оценочные средства, позволяющие включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения.
Творческие (практические) задания	1-9	Образовательная технология, реализуемая в форме учебного занятия, на котором рассматриваются и обсуждаются ответы студентов по выполненным заданиям.
Информационное взаимодействие посредством социальных сетей	1-9	Использование социальных сетей («ВКонтакте», «Facebook») с целью обмена информацией, анализа проблемных ситуаций, обсуждение общих вопросов
Информационное взаимодействие посредством электронной почты	1-9	Использование электронной почты с целью обмена информацией, включая данные статистики, результаты научных исследований, анализ проблемных ситуаций, общие вопросы
Презентация материала	1-9	Презентация учебных материалов,

		подготовленных преподавателем и студентами
--	--	--

Таблица 5. Образовательные технологии, используемые при реализации учебных занятий

Раздел, тема дисциплины (модуля)	Форма учебного занятия		
	Лекция	Практическое занятие, семинар	Лабораторная работа
Тема 1. . Основные понятия продюсирования Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера	Интерактивная лекция	Анализ проблемных ситуаций, тематические дискуссии, выполнение практических заданий,	Не предусмотрено
Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии.	Обзорная лекция	Анализ проблемных ситуаций, тематические дискуссии.	Не предусмотрено
Тема 3. . Практическая реализация медиапроекта Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности	Обзорная лекция	Анализ проблемных ситуаций, тематические дискуссии, выполнение практических заданий	Не предусмотрено
Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство	Обзорная лекция	Анализ проблемных ситуаций, тематические дискуссии.	Не предусмотрено

6.2. Информационные технологии:

- использование электронных учебников электронных библиотечных систем, доступ к которым предоставляется университетом;
- использование как источников информации сайтов, находящихся в Интернете в открытом доступе (электронные библиотеки, журналы, книги, психологические тесты);
- использование возможностей электронной почты преподавателя (рассылка заданий, материалов, ответы на вопросы);
- использование виртуальной обучающей среды (LMS Moodle «Электронное образование»).

6.3. Программное обеспечение, современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

6.3.1. Программное обеспечение

Наименование программного обеспечения Назначение

Adobe Reader Программа для просмотра электронных документов

Платформа дистанционного обучения LMS Moodle Виртуальная обучающая среда

Mozilla FireFox Браузер
 Microsoft Office 2013,
 Microsoft Office Project 2013, Microsoft Office Visio 2013 Пакет офисных программ
 7-zip Архиватор
 Microsoft Windows 7 Professional Операционная система
 Kaspersky Endpoint Security Средство антивирусной защиты
 Google Chrome Браузер
 Notepad++ Текстовый редактор
 OpenOffice Пакет офисных программ
 Opera Браузер
 Paint .NET Растровый графический редактор
 VLC Player Медиапроигрыватель
 Far Manager Файловый менеджер
 Sofa Stats Программное обеспечение для статистики, анализа и отчетности
 WinDjView Программа для просмотра файлов в формате DJV и DjVu

6.3.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Электронный каталог Научной библиотеки АГУ на базе MARK SQL НПО «Информ-систем». <https://library.asu.edu.ru>.
2. Электронный каталог «Научные журналы АГУ»: <http://journal.asu.edu.ru>.
3. Универсальная справочно-информационная полнотекстовая база данных периодических изданий ООО "ИБИС". <http://dlib.eastview.com>. Имя пользователя: AstrGU. Пароль: AstrGU.
4. Корпоративный проект Ассоциации региональных библиотечных консорциумов (АРБИКОН) «Межрегиональная аналитическая роспись статей» (МАРС) - сводная база данных, содержащая полную аналитическую роспись 1800 названий журналов по разным отраслям знаний. Участники проекта предоставляют друг другу электронные копии отсканированных статей из книг, сборников, журналов, содержащихся в фондах их библиотек. <http://mars.arbicon.ru>
5. Электронные версии периодических изданий, размещенные на сайте информационных ресурсов www.polpred.com
6. Справочная правовая система КонсультантПлюс. Содержится огромный массив справочной правовой информации, российское и региональное законодательство, судебную практику, финансовые и кадровые консультации, консультации для бюджетных организаций, комментарии законодательства, формы документов, проекты нормативных правовых актов, международные правовые акты, правовые акты, технические нормы и правила. <http://www.consultant.ru>.
7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru>.
8. Министерство науки и высшего образования Российской Федерации <https://minobrnauki.gov.ru/>
9. Министерство просвещения Российской Федерации <https://edu.gov.ru>
10. Федеральное агентство по делам молодежи (Росмолодежь) <https://fadm.gov.ru>
11. Федеральная служба по надзору в сфере образования и науки (Рособрнадзор) <http://obrnadzor.gov.ru>
12. Сайт государственной программы Российской Федерации «Доступная среда» <http://zhitvmeste.ru>
13. Российское движение школьников <https://рдш.рф>

7. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

7.1. Паспорт фонда оценочных средств

При проведении текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине проверяется сформированность у обучающихся компетенций, указанных в разделе 3 настоящей программы. Этапность формирования данных компетенций в процессе освоения образовательной программы определяется последовательным освоением дисциплин (модулей) и прохождением практик, а в процессе освоения дисциплины (модуля) – последовательным достижением результатов освоения содержательно связанных между собой разделов, тем.

Таблица 6. Соответствие изучаемых разделов, результатов обучения и оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы дисциплины (модуля)	Код контролируемой компетенции (компетенций)	Наименование оценочного средства
1.	Тема 1. . Основные понятия продюсирования Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера	ПК-2, ПК-4, ПК-5, УК-3	Устный опрос Презентации студентов Практическое задание
2.	Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии.	ПК-2, ПК-4, ПК-5, УК-3	Устный опрос Презентации студентов Практическое задание
3.	Тема 3. . Практическая реализация медиапроекта Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности	ПК-2, ПК-4, ПК-5, УК-3	Устный опрос Презентации студентов Практическое задание
4.	Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство	ПК-2, ПК-4, ПК-5, УК-3	Устный опрос Презентации студентов Практическое задание Контрольная работа

7.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Таблица 7. Показатели оценивания результатов обучения в виде знаний

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует глубокое знание теоретического материала, умение обоснованно излагать свои мысли по обсуждаемым вопросам, способность полно, правильно и аргументированно отвечать на вопросы, приводить примеры
4	демонстрирует знание теоретического материала, его последовательное

«хорошо»	изложение, способность приводить примеры, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует неполное, фрагментарное знание теоретического материала, требующее наводящих вопросов преподавателя, допускает существенные ошибки в его изложении, затрудняется в приведении примеров и формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	демонстрирует существенные пробелы в знании теоретического материала, не способен его изложить и ответить на наводящие вопросы преподавателя, не может привести примеры

Таблица 8. Показатели оценивания результатов обучения в виде умений и владений

Шкала оценивания	Критерии оценивания
5 «отлично»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы
4 «хорошо»	демонстрирует способность применять знание теоретического материала при выполнении заданий, последовательно и правильно выполняет задания, умеет обоснованно излагать свои мысли и делать необходимые выводы, допускает единичные ошибки, исправляемые после замечания преподавателя
3 «удовлетворительно»	демонстрирует отдельные, несистематизированные навыки, испытывает затруднения и допускает ошибки при выполнении заданий, выполняет задание по подсказке преподавателя, затрудняется в формулировке выводов
2 «неудовлетворительно»	не способен правильно выполнить задание

7.3. Типовые контрольные задания и иные материалы, необходимые для оценки результатов обучения по дисциплине (модулю).

7.3.1 Материалы и оценочные средства текущего контроля

Семинарское занятие – это средство контроля усвоения учебного материала темы, раздела или разделов дисциплины, организованное как учебное занятие в виде ответа студента, собеседования преподавателя с обучающимися по данному вопросу.

Контрольная работа – это средство проверки умений применять полученные знания для решения задач определенного типа по теме или разделу. Контрольная работа выполняется в письменной форме и проходит в течение 2-х академических часов. Группа студентов разделяется на три варианта, каждому из которых предложено ответить на три вопроса (по усмотрению преподавателя), из ранее предложенного перечня вопросов для подготовки к контрольной работе.

Кейс-задание – это метод активного проблемно-ситуационного анализа, основанный на обучении путем решения конкретных задач ситуаций

Круглый стол – это оценочное средство, позволяющее включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Цель круглого стола – предоставить участникам возможность высказать свою точку зрения на обсуждаемую проблему, а в дальнейшем сформулировать либо общее мнение, либо четко разграничить разные позиции сторон.

Тест – это система стандартизированных заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося. Студенту предлагается перечень тестовых вопросов и бланк, в котором заполняются ответы. На выполнение каждого задания отводится не более 1 минуты. Соответственно суммарное время на выполнение всех работы складывается из количества заданий умноженное на 1 минуту.

Реферат – продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой краткое

изложение в письменном виде полученных результатов теоретического анализа определенной научной (учебно-исследовательской) темы, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее.

Эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием концепций и аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной проблеме.

Вопросы к семинарским занятиям

Тема 1. Основные понятия продюсирования. Статус и функционал продюсера. Формулировка целей. Черты личности продюсера. Традиции и современность. Концепция развития творческих индустрий в России и отражение этого процесса в медиа.

Тема 2 Технологии в продюсировании Этапы продюсирования. Виды продюсирования и основные продюсерские профессии. Управление опытом потребителей креативных индустрий. Движущие силы развития креативных индустрий и их медиапродвижения.

Тема 3. Практическая реализация медиапроекта. Все этапы практической реализации медиапроекта. Основные механизмы запуска и продвижения идей в коммуникационной деятельности. Инвестиции в творческие индустрии. Этические и правовые нормы деятельности в медиа. Работа с детьми. Работа с творческими людьми. Работа с учеными. Производственная цепочка в креативных индустриях. Создание креативного продукта

Тема 4. Теория «уникального торгового предложения». Искусство в продюсировании и продюсирование как искусство. Роль креативных кластеров как сообществ креативных компаний в мультимедийном продюсировании контента. Креативное пространство, креативная студия или креативный центр. Арт-резиденции, лофт-пространства, лайфстайл-центры. Онлайн сообщества в креативных индустриях.

Примерные вопросы контрольной работы №1.

1. Оценка инвестиций в творческие индустрии. 2. Правовые нормы деятельности в медиа: Работа с детьми. 3. Правовые нормы деятельности в медиа: Работа с творческими людьми. 4. Правовые нормы деятельности в медиа: Работа с учеными. 5. Планирование работы по созданию креативного продукта 6. Презентация стартапа. 7. Краудфандинг 8. Механизмы спонсорской помощи и грант 9. Управление опытом потребителей креативных индустрий 10. Создание онлайн сообщества в креативных индустриях.

Примерное тестовое задание

1. Какие из перечисленных этапов являются основными в процессе продюсирования в медиаиндустрии?
 - Пост-продакшн
 - Продакшн
 - Преконцепция
 - Разработка концепции
2. Что включает в себя понятие «медийный продюсер»?
 - Только работу с актерами
 - Управление созданием медиаконтента
 - Только редактирование материала
 - Исключительно финансовые аспекты
3. Какой из перечисленных форматов является наиболее популярным в телевизионном продюсировании?
 - Документальный фильм
 - Анимационный сериал
 - Телесериал
 - Телевизионное шоу
4. Что включает в себя понятие «целевая аудитория» в медиаиндустрии?

- Только географическое распределение зрителей
- Группа людей, на которую направлен контент
- Только возрастные характеристики зрителей
- Общее количество зрителей

5.Какой профессиональный навык является важным для продюсера в области медиаиндустрии?

- Только техническая подготовка
- Только творческий потенциал
- Навыки управления проектами
- Только опыт актерской игры

6.Что включает в себя понятие «сценарий» в медиапродакшне?

- Только текст диалогов персонажей
- Только описание локаций
- Текст, описывающий сюжет и действия произведения
- Только режиссерские указания

7.Какие из перечисленных элементов относятся к прекоцепции в процессе медиапродакшна?

- Монтаж
- Исследование рынка и аудитории
- Съемка
- Озвучивание

8.Что представляет собой «бюджет продюсирования»?

- Только финансирование рекламы
- Только зарплаты актеров
- Финансовый план на создание медиаконтента
- Только расходы на аренду оборудования

9.Какой процесс включает в себя «пост-продакшн» в медиаиндустрии?

- Только съемка материала
- Только монтаж материала
- Обработка и финальная сборка созданного контента
- Только подготовка сценария

Примерное кейс-задание

Задание 1.

Как вы поступите, если эксперт требует от вас согласования списка вопросов перед интервью, а после беседы обязывает вас предоставить текст публикации для внесения им правок?

Какие законодательные и этические основания у вас есть для этой линии поведения?

Задание 2.

Как вы поступите, если эксперт после записи интервью отказывается от сказанных им слов, угрожает вам (или наоборот умоляет не печатать что-то). Какие законодательные и этические основания у вас есть для этой линии поведения?

Методические рекомендации по выполнению кейс-задания

Решение кейса представляет собой продукт самостоятельной индивидуальной или групповой работы студентов. Работа с кейсом осуществляется поэтапно:

Первый: знакомство с текстом кейса, изложенной в нем ситуацией, ее особенностями.

Второй: выявление фактов, указывающих на проблему(ы), выделение основной проблемы (основных проблем), выделение факторов и персоналий, которые помогут решить проблему.

Третий: генерация вариантов решения проблемы. Используем метод «мозгового штурма».

Четвертый: оценка каждого альтернативного решения и анализ последствий принятия того или иного решения.

Пятый: принятие окончательного решения по кейсу, например, перечня действий или последовательности действий.

Шестой: презентация индивидуальных или групповых решений и общее обсуждение.

Седьмой: подведение итогов в учебной группе под руководством преподавателя.

Ознакомление студентов с текстом кейса и последующий анализ кейса может осуществляться заранее (за несколько дней до его обсуждения) как самостоятельная работа студентов. Обсуждение небольших кейсов может быть включено в учебный процесс, и студенты могут знакомиться с ними непосредственно на занятиях. В первую очередь следует выявить ключевые проблемы кейса и понять, какие именно из представленных данных важны для решения; войти в ситуационный контекст кейса, определить, кто его главные действующие лица, отобрать информацию необходимую для анализа, понять, какие трудности могут возникнуть при решении задачи.

Рекомендации по осуществлению анализа кейс-задания для студентов

1. Выпишите из соответствующих разделов учебной дисциплины ключевые идеи, для того, чтобы освежить в памяти теоретические концепции и подходы, которые Вам предстоит использовать при анализе кейса.

2. Бегло прочтите кейс, чтобы составить о нем общее представление.

3. Внимательно прочтите вопросы к кейсу и убедитесь в том, что Вы хорошо поняли, что Вас просят сделать.

4. Вновь прочтите текст кейса, внимательно фиксируя все факторы или проблемы, имеющие отношение к поставленным вопросам.

5. Продумайте, какие идеи и концепции соотносятся с проблемами, которые Вам предлагается рассмотреть при работе с кейсом.

Для успешного анализа кейсов следует придерживаться ряда принципов:

- используйте знания, полученные в процессе лекционного курса; внимательно читайте кейс для ознакомления с имеющейся информацией, не торопитесь с выводами;
- не смешивайте предположения с фактами;
- при проведении письменного анализа кейса помните, что основное требование, предъявляемое к нему – краткость.

Презентация, или представление результатов анализа кейса, выступает очень важным элементом метода. При этом используются два вида презентаций: устная (публичная) и письменный отчет-презентация. Публичная (устная) презентация предполагает представление решений кейса группе. Устная презентация требует навыков публичного выступления, умения кратко, но четко и полно изложить информацию, убедительно обосновать предлагаемое решение, корректно отвечать на критику и возражения. Одним из преимуществ публичной (устной) презентации является ее гибкость. Выступающий может откликаться на изменения окружающей обстановки, адаптировать свой стиль и материал, чувствуя настроение аудитории.

Письменный отчет-презентация требует проявления таких качеств, как умение подготовить текст, точно и аккуратно составить отчет, не допустить ошибки в расчетах и т.д. Подготовка письменного анализа кейса аналогична подготовке устного, с той разницей, что письменные отчеты-презентации обычно более структурированы и детализированы. Основное правило письменного анализа кейса заключается в том, чтобы избегать простого повторения информации из текста, информация должна быть представлена в переработанном виде. Самым важным при этом является собственный анализ представленного материала, его соответствующая интерпретация и сделанные предложения. Письменный отчет-презентация может сдаваться по истечении некоторого времени после устной презентации, что позволяет более тщательно проанализировать всю информацию, полученную в ходе дискуссии.

Критерии оценки выполнения кейс-заданий

1. Научно-теоретический уровень выполнения кейс-задания и выступления.
2. Полнота решения кейса.
3. Степень творчества и самостоятельности в подходе к анализу кейса и его решению. Доказательность и убедительность.
3. Форма изложения материала (свободная; своими словами; грамотность устной или письменной речи) и качество презентации.
5. Полнота и всесторонность выводов.
6. Наличие собственных взглядов на проблему.

Критерии оценки кейс-задания

5 «отлично»	Кейс–задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент(ы) приводит (подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему(ы) и причины ее (их) возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации. В случае письменного отчета-презентации по выполнению кейс-задания сделан структурированный и детализированный анализ кейса, представлены возможные варианты решения (3-5), четко и аргументировано обоснован окончательный выбор одного из альтернативных решений.
4 «хорошо»	Кейс–задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) не приводит (не подготовили) полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены. При устной презентации на дополнительные вопросы выступающий отвечает с некоторым затруднением, подготовленная устная презентации выполненного кейс-задания не очень структурирована. При письменном отчете-презентации по выполнению кейс-задания сделан не полный анализ кейса, без учета ряда фактов, выявлены не все возможные проблемы, для решения могла быть выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения –2-3, затруднена четкая аргументация окончательного выбора одного из альтернативных решения.
3 «удовлетворительно»	Кейс–задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент(ы) расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место интерпретация фактов или предположения. Собственная точка зрения на причины возникновения проблемы не обоснована или отсутствует. При устной презентации на вопросы отвечает с трудом или не отвечает совсем. Подготовленная презентация выполненного кейс-задания не структурирована. В случае письменной презентации по выполнению кейс-задания не сделан детальный анализ кейса, далеко не все факты учтены, для решения выбрана второстепенная, а не главная проблема, количество представленных возможных вариантов решения –1-2, отсутствует четкая аргументация окончательного выбора решения.
2 «неудовлетв	Кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализ кейса, изложение устное или письменное

орительно»	не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.
------------	---

Примерные дискуссионные темы для проведения круглого стола.

1. Управление переменами Топ-5 неудачных примеров.
2. Управление переменами Топ-5 удачных примеров.
3. Социальные сети: как направить их на пользу общему редакционному делу?
4. Краудфандинг VS государственное субсидирование. Способы финансирования медийных проектов.
5. Продажа рекламы в новых медиа.
6. Современные материальные методы мотивации творческого персонала.
7. Как мотивировать сотрудников и не тратить при этом деньги на мотивацию?

Методические рекомендации по подготовке и проведению круглых столов

Структура подготовки и проведения круглого стола:

1. Постановка цели и задач.
2. Подготовка к проведению круглого стола. Преподаватель : выбирает тему, которая в свою очередь должна быть противоречивой и неоднозначной; подбирает материал; разрабатывает план занятия; определяет методы, приемы и средства стимулирования творческой и мыслительной активности студентов; подбирает наглядный материал и техническое сопровождение, которое располагается таким образом, чтобы всем участникам был виден экран; приглашает сторонних участников круглого стола, исходя из содержания темы, вынесенной на круглый стол; консультирует студентов (в группе – на начальном этапе подготовки круглого стола, индивидуально – по собственной инициативе или по инициативе студента).

Студент: самостоятельно прорабатывает материал по теме круглого стола, готовит вопросы по теме круглого стола.

Основными критериями круглого стола являются: неразрешённый вопрос; равноправное участие представителей всех заинтересованных сторон; выработка приемлемых для всех участников решений по обсуждаемому вопросу.

Круглый стол открывает ведущий. Он представляет участников дискуссии, направляет её ход, следит за регламентом, который определяется в начале обсуждения, обобщает итоги, суммирует конструктивные предложения. Обсуждение в рамках Круглого стола должно носить конструктивный характер, не должно сводиться, с одной стороны, только к отчетам о проделанной работе, а с другой, - только к критическим выступлениям. Сообщения должны быть краткими, не более 10-12 минут. Проект итогового документа оглашается в конце обсуждения (дискуссии), в него вносятся дополнения, изменения, поправки.

Варианты проведения «круглых столов»:

Первый вариант. Участники выступают с докладами, затем проводится их обсуждение. При этом ведущий принимает в заседании относительно скромное участие – распределяет время выступлений, предоставляет слово участникам обсуждения.

Второй вариант. Ведущий интервьюирует участников круглого стола или выдвигает тезисы для обсуждения. В этом случае он следит за тем, чтобы высказались все участники, «держит» ход обсуждения в русле главной проблемы, ради которой организована встреча за «круглым столом». Такой способ проведения Круглого стола вызывает больший интерес у аудитории. Но он требует от ведущего большого мастерства и глубокого знания «нюансов» обсуждаемой проблемы..

Критерии оценки

5 «отлично»	Демонстрирует полное понимание обсуждаемой проблемы, высказывает собственное суждение по вопросу, аргументировано отвечает на вопросы участников, соблюдает регламент выступления
4	Понимает суть рассматриваемой проблемы, может высказать типовое

«хорошо»	суждение по вопросу, отвечает на вопросы участников, однако выступление носит затянутый или не аргументированный характер
3 «удовлетворительно»	Принимает участие в обсуждении, однако собственного мнения по вопросу не высказывает, либо высказывает мнение, не отличающееся от мнения других докладчиков
2 «неудовлетворительно»	Не принимает участия в обсуждении

7.3.2. Оценочные средства промежуточной аттестации

Примерные вопросы для подготовки к итоговой контрольной работе.

1. Воздействия массовой коммуникации на сознание и поведение аудитории.
2. Эффекты СМК.
3. Исследования способов измерения эффектов и эффективности коммуникации.
4. Группы критериев эффективности деятельности СМК.
5. Исследование последствий воздействия массовой коммуникации.
6. Понятие рекламной кампании. Классификация рекламных кампаний и особенности управления ими.
7. Стратегия рекламной кампании. Структура плана.
8. Роль SWOT анализа в планировании рекламной кампании.
9. Оценка итогов кампании. Оценочные исследования и тесты: тесты на запоминание, на убедительность, узнаваемость.
10. Мониторинг эффективности рекламных кампаний.
11. Определение интенсивности рекламы.
12. Принципы составления графика выхода рекламных сообщений.
13. Понятие медиастратегии.
14. Стратегия эффективной частоты.
15. Стратегия «последнего контакта».
16. Основные подходы к определению продолжительности информационной кампании.

17. Оценка эффективности деятельности по медиапланированию.
18. Подходы к определению коммуникативной эффективности медиаплана.
19. Создание медиаплана для рекламной кампании.
20. Медиа-бриф. Формы медиаплана.
21. Основные характеристики, сроки и структура медиаплана.
22. Формат сообщения, распределение информационного давления.
23. Специфика медиапланирования различных носителей.
24. Контроль за исполнением медиаплана.
25. Подходы при медиапланировании.
26. Методика исследований эффективности медиаплана и мероприятия по контролю эффективности его исполнения.
27. Принципы определения рекламного бюджета.
28. Понятие и предмет медиапланирования
29. Компоненты медиапланирования
30. Медиаплан и его составляющие
31. Структура медиапланирования и ее изменения в связи с трансформирующейся текущей ситуацией
32. Создание медиаплана в соответствии с запланированными маркетинговыми мероприятиями
33. Ценообразование и его влияние на медиапланирование
34. Продвижение товара на рынке и построение медиаплана в зависимости от его особенностей
35. Сегментирование рынка по различным параметрам
36. Соответствие целевых сегментов рынка возможностям выбранных СМИ
37. Маркетинговые исследования и медиапланирование
38. Что такое «пустая доставка»?

39. Каковы основные подходы к медиапланированию? В чём состоят их «+» и «-»?
40. В чем различие между целями маркетинга, рекламы и медиапланирования?
41. Каковы основные виды рекламной стратегии? Как их выбор влияет на медиапланирование?
42. Что такое жизненный цикл продукта? Как он связан с проблемами медиапланирования?
43. Каковы основные подходы к расчету и распределению рекламного бюджета?
44. Что такое рейтинг, общий и целевой? Методы их подсчета.
45. Что такое охват? Что такое внешнее и внутреннее пересечение аудитории? Что такое предельный охват? Как рассчитать охват с помощью теории вероятности?
46. Что такое CPT, CPP?
47. Что такое эффективная частота? От чего зависит количество предъявляемой рекламы целевой аудитории?
48. Что такое вес рекламной кампании?
49. Что такое GRP? Что такое средний рейтинг? Как рассчитать GRP исходя из данных по охвату и частоте?
50. Что такое impressions? Как рассчитать impressions исходя из данных GRP?
51. Что такое бриф? Каковы его основные пункты?
52. Что такое директ-мейл? Каковы основные достоинства и недостатки ДМ как рекламного средства? Каковы основные современные виды ДМ?
53. Чем отличается медиапотребление прессы от медиапотребления телевидения и радио?
54. Что такое AIR, Cover, Affinity Index?
55. Чем отличается вторичная аудитория прессы от первичной?
56. Что такое тираж газеты или журнала? Как он связан с аудиторией издания?
57. Какие места в газетах и журналах являются наиболее читаемыми?
58. Как связан размер рекламы в газетах и журналах с ее эффективностью?
59. Что такое общая и сравнительная стоимость рекламы прессе? Что такое «миллайн»? Каковы основные скидки и надбавки за рекламу в прессе?

60. Каковы основные достоинства и недостатки телевидения как рекламного средства? Каковы основные современные виды телевидения?
61. Как меняется аудитория телевидения в течение года, недели, дня?
62. Что такое прайм-тайм, прайм-таймовая «лакуна»?
63. Каковы программные предпочтения различных групп населения?
64. Что такое TVR, Total TVR, Total Audience, HUT, Share?
65. Что такое технический охват?
66. Какие наиболее эффективные места для рекламы на телевидении? Что такое прайминг?
67. Как связана длительность рекламы на телевидении с ее эффективностью?
68. Каковы основные виды рекламного ценообразования на телевидении? Что такое приведенный рейтинг? Что такое фиксированное и плавающее размещение?
69. Каковы основные достоинства и недостатки радио как рекламного средства? Каковы основные современные виды радио?
70. В чем проявляются схожесть и различие медиапотребления радио и телевидения?
71. Что такое PUR, daily reach, weekly reach?
72. В чем проявляются схожесть и различие рекламного ценообразования на радио и телевидении?
73. Каковы основные достоинства и недостатки транзитной рекламы? Каковы ее основные современные виды?
74. Что такое showing?
75. Как можно нацеливать транзитную рекламу на различные целевые аудитории?
76. Каковы основные достоинства и недостатки Интернета как рекламного средства? Каковы основные современные виды интернет-рекламы?
77. . Какова специфика интернет-потребления?
78. Что такое таргетинг, трекинг, «сгорание баннера», клик-фрод, хит, хост?
79. Что такое CTR,PI?

80. Что такое медиамикс? Зачем он применяется в рекламе?

Темы контрольных работ и практических заданий

Практическое задание по курсу №1.

Подготовка презентации на тему «Искусство продюсирования и продюсирование в искусстве».

Практическое задание по курсу №2.

Разработка реально осуществимой продюсерской модели медиапроекта, оформление бизнес-плана и его защита на практическом занятии.

Контрольная проверка содержит вопросы и задания на определение степени усвоения студентом основных понятий курса. На контрольной работе студенту предлагается для осмысления проблемная ситуация, возникшая в ходе творческой деятельности, требующая при разрешении морального выбора. Задача состоит в том, чтобы предложить выход из этой проблемной ситуации и обосновать соответствующим образом свой моральный выбор. Например:

«В соответствии с заданием редакции вы знакомитесь с тем, как идет работа по сохранению жилищного фонда в одном из административных округов города. Вас заинтересовало, как в течение последнего года расходовались бюджетные средства, предназначенные для этих целей. Однако в префектуре округа вам вежливо отказали в возможности познакомиться с необходимой документацией, ссылаясь на то, что это – материалы для служебного пользования. Между тем у вас есть серьезные основания предполагать, что значительная часть средств «ушла» не по назначению и данные на этот счет скрываются от вас намеренно. Какие действия вы предпримете, чтобы получить необходимую информацию? Объясните, почему вы решили действовать именно так».

Оценка ответа складывается из двух составляющих: во-первых, оценивается с точки зрения нравственной состоятельности предложенное решение возникшей проблемы, т.е. сделанный студентом моральный выбор; во-вторых, оценивается качество объяснения морального выбора (предполагается, что в этом объяснении должно проявиться знание теоретического материала).

Пакет проблемных ситуаций подготавливается экзаменатором заранее и включает в себя материал по всем основным нравственным аспектам профессионального журналистского поведения.

При изучении второго раздела курса представляется целесообразной подготовка рефератов на следующие темы:

1. Особенности развития российской продюсерской индустрии современный период с позиций исследователей.
2. Динамика развития проблемных ситуаций в сфере продюсирования.
3. Сущность понятия «продюсерский проект»: философские и социально-психологические аспекты.

Таблица 9. Примеры оценочных средств с ключами правильных ответов

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
УК-1. Способен осуществлять поиск, критический анализ и синтез информации, применять				

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
системный подход для решения поставленных задач ОПК-2. Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах ПК-4. Способен учитывать общечеловеческие ценности в процессе создания журналистского текста и (или) продукта				
1.	Задание закрытого типа	<i>Термин «журналистика» пришел в русский язык из ... языка</i> 1) Английского 2) Чешского 3) Французского	3	1
2.		<i>Задание предполагают два правильных ответа.</i> <i>Назовите три основные условия информативности:</i> - оригинальность сведений, сообщаемых аудитории, их новизна - ценность, общественная значимость для аудитории сообщаемых сведений - доступность сообщения, возможность понимания его аудиторией в соответствии с замыслом журналиста	Все три условия релевантны	1
3.		<i>В каких из перечисленных случаев можно вести речь о недостаточной принципиальности журналиста?</i> 1. получение взятки; 2. ставить в материале псевдоним; 3. скрытая реклама; 4. получение гонорара; 5. выполнение оплаченных заданий для информационных служб; 6. работа по заказу	1,3	1
4.		<i>Особая форма результативности, которая определяется как конкретное участие журналистики в решении социально-экономических, хозяйственных, культурных задач и измеряется</i>	1,2	1

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
		совокупностью принятых органами власти решений и проведённых мероприятий по материалам журналистов – это 1. эффективность; 2. действенность; 3. пропаганда; 4. идеология		
5.		Перечислите элементы, которые входят в систему журналистских видов деятельности. 1. Пропагандистская деятельность, редакторская деятельность, исследовательская деятельность 2. Рекламная деятельность, редакторская деятельность, писательская деятельность 3. Творческая деятельность, рекламная деятельность, редакторская деятельность	3	1
	Задание открытого типа			
6.		Предмет аналитической журналистики.	Актуальные общественные явления, события, процессы, ситуации и связанные с ними теоретические и практические проблемы общественного развития. Для АЖ характерно обращение к вопросам выбора эффективных путей развития общества; выяснение причин, условий развития событий и изменения ситуаций, оснований, мотивов, интересов, намерений, действий различных социальных сил; выявление современных противоречий	6-8

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			тенденций развития, правильности, обоснованности разнообразных точек зрения, идей.	
7.		<i>Факторы принятия аудиторией аналитического текста</i>	- наличие у аудитории практической необходимости в данной информации. Создать текст, способный удовлетворить все мотивы аудитории, вряд ли возможно, поэтому необходима «ориентация» текста на конкретные мотивы той или иной аудитории. При этом возможно составление прогноза оценки аудиторией адресуемых ей публикаций с точки зрения «нужности» их для нее. - соответствие текста объективной реальности. Одной из причин обращения аудитории к СМИ является потребность в достоверности информации. Отсюда – соответствующие требования к журналисту: усиление поисковой деятельности по выявлению истины. - определенная организация текста. С одной стороны, текст должен отображать познание автором какого-то явления	10

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			действительности, с другой – как средство общения – отображать коммуникативный акт, речевую деятельность, адресованную автором аудитории. - ориентация на доминантные проблемы аудитории Текст имеет стопроцентную вероятность принятия, если он ориентирован на те потребности, которые хорошо осознаны аудиторией, но длительное время не удовлетворялись. - соотнесенность с «прошлым опытом» аудитории. Понятие «прошлого опыта» включает в себя запас знаний, систему фиксированных установок, стереотипов, норм, ценностных ориентаций; способности, умения, навыки осуществления различных мыслительных операций; стиль мышления. Журналистский текст должен учитывать «прошлый опыт» аудитории, и строиться, основываясь на нем.	
8.		<i>Основные приемы истолкования предмета отображения в журналистике</i>	Некая фиксация знания, цель которой – познакомить читателя с предметом, ввести его в курс настоящего	5-7

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			разговора, создать наглядный образ. Описание – база для дальнейших теоретических операций. От описания зависит интерес аудитории к предмету. Два метода построения описания: 1) Группировка данных. Систематизация знаний о предмете по их подобию/различию. Позволяет связать разрозненные факты в единую систему, соответствующую концепции текста. 2) Типологизация. Выявление устойчивых общих свойств предметов. - Объяснение Установление причинно-следственных связей внутри события или между разными событиями. Для этого нужно: 1) выделить некую совокупность фактов и найти то общее, что их связывает; 2) найти исходную точку; 3) восстановить всю цепочку; 4) исходя из логики развития цепочки, предположить ее дальнейшее развитие. - Прогноз Важнейший элемент. Используется в любых аналитических материалах. Несколько методов	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			прогнозирования: - метод экспертных оценок (желательно мнение нескольких независимых экспертов); - сценарный метод (сценарии – публикации, отражающие жизнь какого-то объекта, позволяющие выдвинуть гипотезы прогностического характера); - метод экстраполяции (перенос выводов о какой-то части явления на другую часть, проекция тенденций, присутствующих в прошлом и настоящем, на будущее); - метод аналогии. Из текста должно быть хорошо видно, что прогноз носит вероятностный характер. - Оценка Сопоставление чего-либо с идеалом. Сильно влияет на систему взаимоотношений «автор-аудитория» (один из факторов принятия-непринятия текста). Методы выражения оценки: 1) Избирательная. Акцент делается на одной грани анализируемого явления. Используется в пропагандистских целях, рекламных материалах. 2) Объективно-	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			комплексная. Оцениваются все грани, в конце – вывод автора о преимуществе какой-либо из них. По способу выражения оценка бывает прямой авторской (оценочные слова) и опосредованной (через описание своего действия или действий тех или иных людей). К неприемлемым методам оценки явлений относятся: - Домысел и «передержки» (сознательное искажение оцениваемого явления, приписывание ему несвойственных качеств, следствий; эти методы опираются не на невозможность проверки достоверности, на неосведомленность аудитории); - Апелляция к «личности» (оценивается не событие, а человек, имеющий к нему отношение); - Апелляция к «публике» (автор уклоняется от обоснования утверждений путем «заигрывания» с читателем, лести в его адрес); - Навешивание ярлыков (предмету оценки приписываются те качества, которых у	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			него нет); - Сплетня (использование непроверенных источников информации). - Доказательство Задача доказательства – подтверждение авторских суждений. Состоит из трех элементов: 1) Тезис. Основная идея, которую нужно доказать. Должен быть четким и определенным, не меняться по ходу доказательства, полностью подтверждаться аргументом. 2) Аргумент. То, что подтверждает истинность тезиса. Должен быть наглядным, соответствовать реальности, проверяться практикой, быть самостоятельным независимо от тезиса. Он не должен противоречить другим аргументам в рамках данного доказательства. 3) Демонстрация. Предъявление аргументов, установление их связи с тезисом. Существует две ошибки при работе с доказательством: 1) мнимое следование (отсутствие логической связи	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			между тезисом и аргументом); 2) прыжок доказательства (вывод делается из тех аргументов, из которых он не следует). Для усиления доказательства используются: - привязка доказательства к опыту аудитории; - привязка доказательства к возможности проверки аудиторией; - привязка доказательства к авторитетному мнению или источнику; - прием «перевеса мнений».	
9.		<i>Типы построения аналитического текста</i>	Выделяют следующие типы построения: - Познавательно-ориентированные тексты. В основе восприятия лежит человеческое любопытство. Используется в случае, если аудитория предельно заинтересована в предмете. В обобщенном виде выглядит как: описание фактов – объяснение – оценка – предписание. Существует несколько методов построения познавательно-ориентированных текстов.	5-6

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			- как описание отдельного элемента процесса познания (плюсы: четко фиксируются познавательные действия журналиста; минусы: может входить в аналитический текст как фрагмент); - как изложение нескольких взаимосвязанных элементов процесса познания (важно, чтобы все они отражали суть проблемы, каждый из них раскрывал ее, между элементами присутствовала логическая связь); - как изложение завершённого, целостного акта познания (акцент на завершенность, используется, когда интерес представляет не сам процесс познания, а результат; пример — журналистское расследование); - как описание схемы познавательного рассуждения (использование формально-логических методов познания, важно не сводить до уровня научных доказательств.). - Коммуникативно-ориентированные тексты. Для аудитории журналистский текст зачастую служит	

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			средством коммуникации. Существует несколько групп коммуникативных потребностей. По направленности выделяют: - Собственно социальные (социальным группам для осуществления социальной деятельности); - Социально-психологические (информационные потребности отдельных людей для выработки адекватной социальной ориентации, профессиональной деятельности).	
10.		<i>Элементы доказательства в журналистике</i>	1) Тезис. Основная идея, которую нужно доказать. Должен быть четким и определенным, не меняться по ходу доказательства, полностью подтверждаться аргументом. 2) Аргумент. То, что подтверждает истинность тезиса. Должен быть наглядным, соответствовать реальности, проверяться практикой, быть самостоятельным независимо от тезиса. Он не должен противоречить другим аргументам в рамках	5

№ п/п	Тип задания	Формулировка задания	Правильный ответ	Время выполнения (в минутах)
			данного доказательства. 3) Демонстрация. Предъявление аргументов, установление их связи с тезисом. Существует две ошибки при работе с доказательством: 1) мнимое следование (отсутствие логической связи между тезисом и аргументом); 2) прыжок доказательства (вывод делается из тех аргументов, из которых он не следует). Для усиления доказательства используются: - привязка доказательства к опыту аудитории; - привязка доказательства к возможности проверки аудиторией; - привязка доказательства к авторитетному мнению или источнику; - прием «перевеса мнений».	

Полный комплект оценочных материалов по дисциплине (модулю) (фонд оценочных средств) хранится в электронном виде на кафедре, утверждающей рабочую программу дисциплины (модуля), и в Центре мониторинга и аудита качества обучения.

7.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения по дисциплине (модулю)

В ФГБОУ ВО «Астраханский государственный университет им. В.Н. Татищева» действует балльно-рейтинговая система оценки учебных достижений студентов (БАРС). Успешность изучения каждого учебного курса в течение семестра оценивается, исходя из 100 максимальных возможных баллов. По дисциплине, итоговой формой отчетности для которой является экзамен,

бальная оценка распределяется на две составляющие: семестровую (текущий контроль по учебной дисциплине в течение семестра) – 50 баллов, и экзаменационную – 50 баллов. В итоге суммарный рейтинговый балл освоения учебного курса за семестр на экзамене переводится в 4-бальную оценку, которая считается итоговой по учебному курсу в течение семестра и заносится в зачетную книжку студента. За преподавателем остается право установить критерии оценки за посещаемость и активность работы студента на занятиях. Общая сумма поощрительных баллов за данные мероприятия не может составлять более 10 баллов. Кроме этого для поддержания учебной дисциплины предусмотрена система штрафов студентов. До начала занятий по учебному курсу преподаватель составляет технологическую карту, в которой отражается порядок начисления баллов за контрольные мероприятия, бонусы и штрафы. Технологическая карта доводится до сведения каждого студента на первом занятии.

Таблица 10. Технологическая карта рейтинговых баллов по дисциплине (модулю)

№ и/и	Контролируемые мероприятия	Количество мероприятий/ баллы	Максимальное количество баллов	Срок предоставления
Основной блок				
1.	Выступления на семинарских занятиях:			
1.1	полный ответ по вопросу	3 балла	6	по расписанию
1.2	Участие в «круглом столе»	1 балл	1	по расписанию
2.	Тест по темам	0,1 балл за каждый правильный ответ, всего максимально 2 балла	6	по расписанию
3.	Контрольная работа по темам	6 баллов	18	по расписанию
4.	Кейс-задание	1 балл	1	по расписанию
5.	Контроль эссе	5 баллов	5	по расписанию
6.	Контроль реферата	3 балла	3	по расписанию
Всего			40	
Блок бонусов				
7.	Отсутствие пропусков лекции (посетил все лекции)		+ 3	по расписанию
8.	Отсутствие пропусков практических занятий (посетил все занятия)		+ 3	по расписанию
9.	Активная работа студента на занятии, существенный вклад студента на занятии		+ 4	по расписанию
Всего			10	
Дополнительный блок				
10.	Экзамен	В соответствии с установленными	50	по расписанию

		кафедрой критериями		
Всего			50	
Итого:			100	

Таблица 11. Система штрафов (для одного занятия)

Показатель	Баллы
Опоздание на занятие	-2
Не готов к практической части занятия	-3
Нарушение учебной дисциплины	-2
Пропуски занятия без уважительной причины	-2
Нарушение правил техники безопасности	-1

Таблица 12 . Шкала перевода рейтинговых баллов в итоговую оценку за семестр по дисциплине (модулю)

Сумма баллов по дисциплине	Оценка по 4- балльной шкале
90-100	5 (отлично), (зачтено)
85- 89	4 (хорошо), (зачтено)
75- 84	
70-74	
65-69	3 (удовлетворительно), (зачтено)
60-64	
Ниже 60 баллов	2 (неудовлетворительно), (не зачтено)

При реализации дисциплины (модуля) в зависимости от уровня подготовленности обучающихся могут быть использованы иные формы, методы контроля и оценочные средства, исходя из конкретной ситуации.

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

8.1 Основная литература:

1. Продюсерство. Управленческие решения: учеб. пос. М.: Юнити-Дана, 2012.
2. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера: учебник /сост. В. В. Арсеньев, И. Д. Барский, А. Л. Богданова, О. В. Браилова, М. И. Жабский. М.: Юнити-Дана, 2012.
3. Мастерство продюсера кино и телевидения: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012.
4. Огурчиков П.К., Сидоренко В. Профессия- продюсер кино и телевидения. М., 2013.
5. Питере Т. WOW- идеи. 15 принципов инновационного менеджмента. М., 2012.
6. Питере Т. Преврати себя в бренд. М., 2013.2.

Дополнительная литература

1. Пшеничная П. В. PR-деятельность в шоу-бизнесе понятие, характеристика, используемые технологии. М.: Лаборатория книги, 2010.
2. Горчакова В. Г. Имидж. Искусство и реальность: учеб. пос. М.: Юнити-Дана, 2012.
3. Профессия — продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник. М.: Юнити-Дана, 2012. Режим доступа: <http://znanium.com>.
4. Балабанов А.В. Занимательное медиапланирование. М., 2003.
5. Бороноева Т.А. Современный рекламный менеджмент. М., 2002.
6. Дубровин И.А. Маркетинговые коммуникации. М., 2012.
7. Ксинопуло М.П. Телевизионное продюсирование и тенденции его развития в современных условиях: диссертация кандидата экономических наук. М., 2006 г.
8. Лебедева О.А., Лыгина Н.И. Маркетинговые исследования рынка. М., 2012.
9. Мескон, М., Альберт, М., Хедоури, Ф. Основы менеджмента. М., 2009.
10. Мильнер, Б.З. Теория организации: учебник для вузов. М., 2005.
11. Назаров М.В. Визуальные образы в социальной и маркетинговой коммуникации. М., 2009.
12. Огурчиков П.К. и др. Мастерство продюсера кино и телевидения. М., 2012
13. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера. Учебник под редакцией Г.П. Иванова. М., 2003.
14. Попов, Ф.М. Повышение эффективности процесса продюсирования кинофильмов: диссертация кандидата экономических наук. СПб.: Санкт-Петербургский государственный университет кино и телевидения, 2009.
15. Проектирование телепрограмм: Учебник./ Под ред. В.В. Паддейского – ЮНИТИ, М., 2004
16. Продюсирование на телевидении. Практический подход.: Учебник./ Под ред. К. Келлисона. – Ревцов Паблшер, Минск, 2008.
17. Семина М.Е. Метод интервью в социологии и маркетинге. М., 2010.
18. Спивак В. А. Управление персоналом для менеджеров: Учеб. Пособие. – М., 2007.
19. Филатова О.Г., Петров М.К. Маркетинговые исследования в СО. СПб., 2007.

21. Шепилов К. Медиаисследования и медиапланирование. М., 2005.

22. Юэн С. PR! Или умение раскручивать. Социальная история паблик рилейшинз. М., 2006.8.3. Интернет-ресурсы, необходимые для освоения дисциплины (модуля)

1. Электронная библиотека «Астраханский государственный университет» собственной генерации на платформе ЭБС «Электронный Читальный зал – БиблиоТех». <https://biblio.asu.edu.ru> .

2. Электронно-библиотечная система (ЭБС) ООО «Политехресурс» «Консультант студента». Многопрофильный образовательный ресурс «Консультант студента» является электронной библиотечной системой, предоставляющей доступ через сеть Интернет к учебной литературе и дополнительным материалам, приобретенным на основании прямых договоров с правообладателями. Каталог в настоящее время содержит около 15000 наименований. www.studentlibrary.ru.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Для проведения занятий по дисциплине имеются лекционные аудитории, оборудованные мультимедийной техникой с возможностью презентации обучающих материалов, фрагментов фильмов; аудитории для проведения семинарских и практических занятий, оборудованные учебной мебелью и средствами наглядного представления учебных материалов; библиотека с местами, оборудованными компьютерами, имеющими доступ к сети Интернет.

Рабочая программа дисциплины (модуля) при необходимости может быть адаптирована для обучения (в том числе с применением дистанционных образовательных технологий) лиц с ограниченными возможностями здоровья, инвалидов. Для этого требуется заявление обучающихся, являющихся лицами с ограниченными возможностями здоровья, инвалидами, или их законных представителей и рекомендации психолого-медико-педагогической комиссии. Для инвалидов содержание рабочей программы дисциплины (модуля) может определяться также в соответствии с индивидуальной программой реабилитации инвалида (при наличии).