

Министерство культуры Российской Федерации

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

**«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ
КИНО И ТЕЛЕВИДЕНИЯ»**



ДОКУМЕНТ ПОДПИСАН
ЭЛЕКТРОННОЙ ПОДПИСЬЮ

Е. В. САЗОНОВА
ректор

Сертификат: 00eec2e5b252a0885bc682f9fa99feef8b

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 19 июня 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

«Экономика медиасферы»

Наименование ОПОП: Телевизионное производство и вещание

Направление подготовки: 42.03.04 Телевидение

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 18,3 час.

самостоятельная работа: 53,7 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждений)	7
выступление на конференциях по тематике дисциплины	7
подготовка доклада	7
посещение занятий	7
практические задания	7
тест	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	7

Рабочая программа дисциплины «Экономика медиасферы» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - бакалавриат по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 526)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Телевизионное производство и вещание» по направлению подготовки 42.03.04 Телевидение

Составитель(и):

Скобелев В.Л., доцент кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии, к.э.н.

Рецензент(ы):

Ртищева Т.В., доцент, к.э.н.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета медиатехнологий

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

П.П. Иванцов

Начальник УМУ

С.Л. Филипенкова

УКАЗАННАЯ ЛИТЕРАТУРА ИМЕЕТСЯ В НАЛИЧИИ В БИБЛИОТЕКЕ ИНСТИТУТА ИЛИ ЭБС

Заведующий библиотекой Н.Н. Никитина

1. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

1.1. Цели и задачи дисциплины

Цель(и) дисциплины:

получение теоретических и специальных профессиональных знаний, а также освоение практических навыков в области экономической деятельности и бизнес-процессов на предприятиях (в организациях) телеиндустрии и телевизионного рынка в системе медиасферы.

Задачи дисциплины:

1. Формирование понимания системы медиасферы, ее основной отрасли и рынка – телевидения, базовых отраслевых условий, отраслевой структуры и особенностей экономики хозяйствующих субъектов телеиндустрии;
2. Изучение принципов и стратегий поведения, организации бизнес-процессов предприятий отрасли телевидения с учетом процессов конвергенции в аудиовизуальной сфере (сфере кинематографии и телевидения);
3. Освоение методов оценки экономических издержек и результатов, экономической и финансовой эффективности предприятий телевизионной телеиндустрии и отрасли на телевизионном рынке в целом;
4. Освоение навыков принятия оптимальных социально-экономических решений по отраслевым проблемам в конкретных экономических ситуациях.

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к обязательной части Блока 1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина основывается на знаниях и умениях, приобретенных в ходе изучения предшествующих дисциплин/прохождения практик и взаимосвязана с параллельно изучаемыми дисциплинами:

Основы телережиссуры

Тайм-менеджмент

Логика

Основы государственной культурной политики Российской Федерации

Профессионально-ознакомительная практика

Введение в профессию

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:

Планирование и прогнозирование в телеиндустрии

Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы

Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

Правовые основы деятельности СМИ

Стратегический менеджмент в телеиндустрии

1.3. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения ОПОП ВО

Универсальные компетенции

УК-2 — Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

УК-2.2 — Производит оценку различных способов решения задач исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений.

Знает: основные показатели финансовой устойчивости, ликвидности и платежеспособности, деловой и рыночной активности, эффективности и рентабельности

деятельности предприятий аудиовизуальной сферы;

Умеет: прогнозировать на основе стандартных теоретических и экономических моделей поведение экономических агентов, развитие экономических процессов и явлений на рынках аудиовизуальной сферы;

УК-9 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-9.1 — Понимает базовые принципы функционирования экономики и экономического развития, цели и формы участия государства в экономике.

Знает: основные особенности российской экономики, ее институциональную структуру, направления экономической политики государства

Умеет: использовать источники экономической, социальной, управленческой информации

Владеет: современными методами сбора, обработки и анализа экономических и социальных данных

УК-9.2 — Применяет методы личного экономического и финансового планирования для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей, использует финансовые инструменты для управления личными финансами (личным бюджетом), контролирует собственные экономические и финансовые риски.

Знает: закономерности функционирования современной экономики для достижения текущих и долгосрочных финансовых целей

Умеет: выявлять проблемы экономического характера при анализе конкретных ситуаций, предлагать способы их решения с учетом критериев социально-экономической эффективности, оценки рисков и возможных социально-экономических последствий

Владеет: современными методиками расчета и анализа социально-экономических показателей

УК-9.3 — Осуществляет экономическую оценку ресурсов для разработки и обоснования решений в профессиональной деятельности.

Знает: основные условия, показатели, особенности и модели экономической и финансовой деятельности предприятий (организаций) аудиовизуальной сферы

Умеет: использовать типовые и специальные методы экономической оценки условий, состояния и поведения предприятий, иных агентов на рынках аудиовизуальной сферы

Владеет: методами и приемами анализа экономических явлений и процессов, современными методиками расчета и анализа экономических показателей, характеризующих экономическую деятельность предприятий их экономические процессы на отраслевых рынках кинематографии и телевидения

Общепрофессиональные компетенции

ОПК-5 — Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования.

ОПК-5.1 — Анализирует актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях.

Знает: основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в кино- и телевизионной индустрии; особенности и характеристики российского и мировых отраслевых медиа-рынков кино и телевидения;

Умеет: анализировать и интерпретировать финансовую (бухгалтерскую) и управленческую информацию, содержащуюся в отчетности предприятий;

Владеет: навыками критической оценки экономических решений, обоснования предложений по их совершенствованию, применяя критерии экономической эффективности и минимизации рисков.

2. СТРУКТУРА, ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В КОМПЕТЕНТНОСТНОМ ФОРМАТЕ

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 академ. час. / 2 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 18,3 час.
самостоятельная работа: 53,7 час.

Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	7

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	7	Итого
Лекции	8	8
Практические	8	8
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	49,5	49,5
Самостоятельная работа во время сессии	4,2	4,2
Итого	71,7	71,7

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Предмет изучения дисциплины, основные понятия экономической теории

Предмет, цели, задачи дисциплины. Экономическое поведение людей. Экономические потребности, блага и ресурсы. Ограниченность экономических ресурсов и производственных возможностей. Личный и общественный экономический выбор. Рынок, субъекты рынка и экономические отношения (производственные, обмена, распределения, потребления, собственности, конкуренции). Экономические интересы как ключевой фактор (причина) экономических отношений и оптимального поведения субъектов рынка. Понятие экономического интереса как комплекса частных экономических и социально-институционального интересов. Ценовой механизм управления частными экономическими отношениями на рынке. Согласование частных экономических и общественного интересов субъектов рынка как механизм справедливых экономических отношений. Макро и микроэкономика. Экономический кругооборот в системе рыночных отношений. Экономическая система национального хозяйства и национального рынка. Экономическая система отрасли и отраслевого рынка. Затраты и результаты производства в натуральном и стоимостном выражении, их классификация. Экономическая деятельность и ее эффективность.

Тема 2. Основные положения теории рыночного спроса, предложения и рыночного состояния

Потребление и рыночный спрос на товары. Рыночная цена спроса на товар. Рынки факторов производства (рынок труда, производственных ресурсов, капитала) и спрос на них. Производство и затраты (стоимость производства). Рыночная цена предложения на товар.

Тема 3. Структура (строение) отраслевых рынков

Формы предприятий отрасли (организационно-правовые, производственные). Размещение предприятий отрасли. Размер предприятия отрасли и факторы его определяющие. Характер и интенсивность конкуренции, концентрация производства, барьеры на вход на отраслевых

рынках (рынках совершенной, монополистической, олигополистической конкуренции и абсолютной монополии). Интеграция предприятий (горизонтальная, вертикальная). Оптимизация экономической деятельности на рынках различной степени конкуренции.

Тема 4. Особенности экономики медиасферы (медиаиндустрии) и телевизионного рынка

Понятие, структура медиасферы и место телевидения в ней. Трехуровневая схема бизнес-процесса на телевизионном рынке: телепроизводство (продюсирование в подготовительном, подготовительном, съемочном, постпроизводственном периодах), дистрибуция и теле вещание. Участники телевизионного рынка предложения: предприятия телепроизводства, дистрибуции и теле вещания, их объединения. Формы предприятий телевизионной отрасли (организационно-правовые, производственные). Размещение предприятий отрасли (федеральное, региональное, местное). Размер предприятия телевизионной отрасли и факторы его определяющие. Характер и интенсивность конкуренции на телевизионном рынке. Продукты телеиндустрии: телевизионные права, аудиовизуальные продукты (контент) и услуга доступа рекламодателей к аудитории (контент как рекламоноситель). Структура затрат телепроизводства и вещания на телевизионном рынке. Сегментация телевизионного рынка по способу передачи сигнала (технологии телекоммуникации): кабельное, спутниковое и мобильное телевидение. Барьеры на вход в отрасль, монополистическая и олигополистическая конкуренция. Экономические границы отрасли и рынка телевидения, факторы их определяющие (количество предприятий, виды и дифференциация аудиовизуальных продуктов, условия вступления в отрасль, возможность контроля над ценами и др.). Структура телевизионного рынка спроса по факторам дифференциации (группировкам) телевизионной аудитории: по социально-демографическим, территориальным (географическим), экономическим факторам, по экранам (традиционного, десктопного, интернет и мобильного телевидения), по жанровым и контентным предпочтениям. Рынок телевизионной рекламы и его дифференциация. Особенности ценообразования на телевизионном рынке контента и рекламных услуг на основе медиаметрии. Модель экономических отношений обмена на телевизионном рынке: рекламная финансовая модель, модель платного телевидения.

Тема 5. Состояние и стратегия развития телевидения в России

Экономический потенциал телевизионного рынка спроса (медиапотребления): потенциальная (общая) аудитория; реальная аудитория; объем телесмотрения, время телесмотрения, потенциал рынка предложения (количество предприятий отрасли, объемы и бюджеты телепроизводства контента, трудовые и творческие кадры), потенциал рынка телевизионной рекламы. Стратегия развития, телекоммуникаций, медиаоснащенности аудитории, развития цифрового кабельного, спутникового, мобильного телевидения, развития технологий телепроизводства и вещания. Тенденции развитие медиаизмерений. Российское законодательство в области регулирования телевизионного рынка. Виды государственной поддержки. Информационное обеспечение.

Тема 6. Экономическая деятельность предприятий (телеканалов) отрасли телевидения

Дифференциация телеканалов по финансовым моделям (каналы государственного, общественного, коммерческого телевидения), по масштабу телевизионной аудитории (федеральные, региональные и местные телеканалы), по тематической направленности (универсальные и тематические телеканалы). Дифференциация телевизионных продуктов. Недельная сетка эфирного вещания как интегральный телевизионных продукт телеканала. Особенности ценообразования на телевизионном рынке контента и рекламных услуг на основе медиаметрии. Цикличность и сезонность телепроизводства и вещания. Виды, понятия, содержание и основные показатели экономической деятельности телеканала: основной (текущей) производственной деятельности; инвестиционной деятельности); финансовой деятельности.

Тема 7. Производственные ресурсы, затраты, себестоимость и финансовые результаты предприятия (телеканала), бюджетирование его экономической деятельности

Капитал (имущество и вложения, основные производственные средства, их амортизация, срок службы и эффективность использования, оборотные средства и эффективность из

использования, нематериальные активы). Персонал, оплата и производительность труда. Материальные производственные ресурсы в составе оборотных средств. Затраты телепроизводства и вещания. Себестоимость телепродуктов телевизионного канала. Смета затрат на производство телепрограммы. Финансовые результаты. Бюджетирование (планирование и анализ) экономической деятельности телеканала по видам деятельности (планы/отчеты о финансовых результатах и движении денежных средств).

Тема 8. Оценка эффективности и бизнес-планирование экономической деятельности телеканала

Особенности определения эффективности телевизионных программ и телеканала (показатели эффективности и методика оценки). Бизнес-планирование (план производства и продаж, инвестиционный план, финансовый план, оценка рисков). Оценка экономической (коммерческой) эффективности и финансовой состоятельности инвестиционного телевизионного проекта.

3. РАСПРЕДЕЛЕНИЕ ЧАСОВ ПО ТЕМАМ И ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ

№ п/п	Наименование раздела, (отдельной темы)	Лекции	Лекции с использованием ДОТ	Лабораторные работы	Практические занятия	Практические с использованием ДОТ	Индивидуальные занятия	Итого
1	Предмет изучения дисциплины, основные понятия экономической теории	0	0	0	0	0	0	0 *
2	Основные положения теории рыночного спроса, предложения и рыночного состояния	2	0	0	2	0	0	4
3	Структура (строение) отраслевых рынков	0	0	0	0	0	0	0 *
4	Особенности экономики медиасферы (медиаиндустрии) и телевизионного рынка	2	0	0	0	0	0	2
5	Состояние и стратегия развития телевидения в России	0	0	0	0	0	0	0 *
6	Экономическая деятельность предприятий (телеканалов) отрасли телевидения	0	0	0	0	0	0	0 *
7	Производственные ресурсы, затраты, себестоимость и финансовые результаты предприятия (телеканала), бюджетирование его экономической деятельности	2	0	0	6	0	0	8
8	Оценка эффективности и бизнес-планирование экономической деятельности телеканала	2	0	0	0	0	0	2
	ВСЕГО	8	0	0	8	0	0	16

* — тема для изучения в рамках самостоятельной работы студента

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Экономика медиасферы» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Тема 2: Состояние и стратегия развития телевидения в России	1,5

2	Тема 3: Строение, экономические параметры и анализ телевизионного рынка	1,5
3	Тема 4: Экономическая деятельность предприятий телеиндустрии.	3
4	Тема 5: Сметы затрат на производство и продажу телевизионных продуктов (оказание услуг)	1,5
5	Тема 6: Финансовые результаты телекомпании (телеканала)	1,5
6	Тема 7: Инвестиционная деятельность и финансовое обеспечение телекомпании (телеканала)	1,5
7	Тема 8: Оценка экономической эффективности и финансовой состоятельности телепроекта	1,5

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

Оценивание результатов обучения по дисциплине осуществляется в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации с использованием балльно-рейтинговой системы.

Оценочные средства в полном объеме представлены в Фонде оценочных средств по дисциплине «Экономика медиасферы».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
активная работа на занятии (вопросы для обсуждений)	7
выступление на конференциях по тематике дисциплины	7
подготовка доклада	7
посещение занятий	7
практические задания	7
тест	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет	7

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений):

Тема: Понятие отрасли, рынка телевидения, их социально-экономические характеристики в системе медиасферы.

1. Понятие экономики медиасферы .
2. Понятие отрасли и отраслевого рынка телевидения.
3. Структура медиасферы
4. Участники отрасль и рынка телевидения.
5. Структура отраслевого управления в медиаиндустрии.
6. Место и значение российского медиарынка телевидения на мировом рынке.
7. Экономические границы отрасли и рынка телевидения по количеству предприятий, видам деятельности, аудиовизуальных продуктам, территориальному размещению, условиям вступления в отрасль, возможностям контроля над ценами, видам конкуренции.
8. Особенности конкуренция на телевизионном рынке.

Тема: Состояние и стратегия развития телевидения в России.

1. Экономический потенциал телевизионного рынка спроса (рынок телевизионной аудитории и медиапотребления, рынок телевизионной рекламы).
2. Экономический потенциал (ресурсы и возможности) рынка предложения: количество предприятий отрасли и объемы их производства; основные производственные фонды, оборотные средства, инвестиции, бюджеты производства телепродуктов).
3. Трудовые и творческие кадры телевизионной отрасли.
4. Целевые федеральные программы развития телевидения и мультиплексы в России.
5. Тенденции научно-технического прогресса в телевидении как основного фактора его развития.
6. Медиаоснащенность телевизионной аудитории.
7. Конвергенция традиционного телевидения и интернет-индустрии как фактор развития неэфирного телевидения.
8. Состояние и развитие телепотребления в России.
9. Проблемы развития телевидения в России и пути их решения.
10. Перспективы технического, экономического и социального развития отрасли телевидения.

Тема: Строение, экономические параметры и анализ отраслевого рынка:

1. Структура бизнес-процессов в телевизионной индустрии и ее особенности.
2. Строение телевизионного рынка предложения: предприятия телепроизводства и телевидения, их объединения. Формы предприятий телевизионной отрасли (организационно-правовые, производственные).
3. Территориальное размещение предприятий отрасли телевидения, их размер и факторы его определяющие.
4. Характер и интенсивность конкуренции, концентрация производства в телевизионной отрасли.
5. Продукты телеиндустрии: телевизионные права, аудиовизуальные продукты (контент, рекламоноситель) и услуги.
6. Барьеры на вход в отрасль, олигополистическая конкуренция, взаимосвязи и координация, ценовая дискриминация.
7. Структура затрат телепроизводства и вещания, цены предложения (стоимости) телепродуктов.
8. Интеграция (горизонтальная, вертикальная), диверсификация, слияние и поглощение (горизонтальные и вертикальные).
9. Структура телевизионного рынка спроса: телевизионная аудитория и ее дифференциация по социально-демографическим, территориальным и экономическим факторам.
10. Структура рынка услуг телевизионной рекламы и ее классификация.
11. Особенности ценообразования телепоказа аудиовизуальных продуктов и рекламных услуг на телевизионном рынке на основе медиаметрии.
12. Структура финансовых результатов в отрасли телевидения.

Тема: Экономическая деятельность предприятий телеиндустрии.

1. Основные экономические модели телевидения (государственное, общественное и коммерческое телевидение).
 2. Дифференциация продуктов и услуг предприятий телеиндустрии.
 3. Цикличность и сезонность телепроизводства и вещания.
 4. Экономическое содержание организации и планирования телевизионного производства по этапам (периодам): продюсирование (предподготовительный, подготовительный, съемочный, постпроизводственный), вещание, дистрибуция (аудиовизуальных произведений, рекламных мест и времени).
 6. Методы продаж телевизионных прав и маркетинговые стратегии.
 7. Организационно-функциональная структура телеканала.
 8. Система натуральных и стоимостных показателей в телевидении.
 9. Особенности бюджетирования деятельности предприятий отрасли.
- Решение практических задач по определению основных экономических показателей

деятельности телеканала.

Тема. Государственная политика и регулирование рынка кино и телевидения

1. Российское законодательство в области кино и телевидения.
2. Налоги и виды государственной поддержки.
3. Международное право в области кино и телевидения.
4. Контроль цен и антимонопольное законодательство в отрасли.
5. Информационное обеспечение.

Доклады по выбранной теме по дисциплине:

1. Институциональные условия на рынке кинематографии и телевидения (российское законодательство аудиовизуальной сфере).
2. Экономический потенциал кинопроизводства в России.
3. Экономический потенциал телевидения в России.
3. Дифференциация АВП и услуг на кино- и телевизионном рынке.
4. Цены и условия продажи прав на использование АВП.
5. Конкуренция и интеграция на рынках кинематографии и телевидения.
6. Анализ рынка дистрибьюции и кинопоказа в России.
7. Анализ мирового рынка кинопроизводства и дистрибьюции.
8. Состояние, ключевые проблемы и стратегия развития кинематографии в России.
9. Состояние, ключевые проблемы и стратегия развития телевидения в России.
10. Экономика использования прав (нематериальных активов) в аудиовизуальной сфере.
11. Характер конкуренции на рынке кинематографии и телевидения.
12. Анализ конкурентоспособности российской киностудии.
13. Отраслевой потенциал (ресурсы и возможности) сферы кинопоказа (кинотеатров и киносетей).
14. Трудовые и творческие кадры, плата труда в кино- и телепроизводстве.
15. Деятельность кинорынков и кинофестивалей, их экономика, проблемы и тенденции развития.
16. Новые платформы кинопоказа: особенности экономики кинопоказа на телевидении и в системе интернет, проблемы и тенденции развития.
17. Особенности экономики эфирного ТВ (телепрограммы, ТВ канала и сетки эфирного вещания, телекомпаний).
18. Особенности экономики тематических ТВ каналов (ТВ программы, тематического ТВ канала и сетки вещания).
19. Государственная поддержка кинематографии и телевидения.
20. Анализ политических и институциональных факторов на рынок телевидения в России.

Тестовые задания

1. Совокупность продавцов (производителей) и покупателей (потребителей) аудиовизуальной продукции (кино- и телевизионного контента) представляет собой:

отраслевой рынок кино и телевидения
хозяйствующие субъекты медиаиндустрии
сегмент регионального рынка аудиовизуальной продукции

2. Потребителями кинотеатральных прав являются:

вещатели
дистрибьютеры (прокатчики)
производители контента

3. На сколько основных производственных цехов и участков подразделяется киностудия?

15

4. Выберите верную цепочку производства в медиаиндустрии:
производство-упаковка-распространение
упаковка-распространение-потребление
производство-распространение-упаковка

5. Верно ли утверждение «предложение на медиарынке представляет собой заявление предприятий-производителей аудиовизуальных продуктов о намерении купить товар (содержание) и услуги (доступ к аудитории) на определенных условиях»?

да

нет

зависит от структуры медиарынка

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачёту

1. Стрoение и социально-экономическая характеристика отрасли телевидения.
2. Экономические границы телеиндустрии.
3. Проблемы и стратегии развития телеиндустрии в России.
4. Основные производственные фонды предприятий телеиндустрии.
5. Оборотные средства предприятий телеиндустрии.
6. Инвестиции и их источники в телеиндустрии.
7. Трудовые и творческие ресурсы и эффективность их использования в телеиндустрии.
8. Продукты и услуги телепроизводства (контента).
9. Затраты производства и продажи прав на использование аудиовизуальных продуктов в телеиндустрии.
10. Экономические отношения (взаимодействия) предприятий телеиндустрии.
12. Особенности ценообразования на аудиовизуальные продукты, услуги телепоказа АВП и телевизионную рекламу.
13. Финансовые результаты предприятий отрасли телевидения.
14. Методы продаж телепродуктов (телевизионных прав).
15. Характер и особенности конкуренции (совершенная, монополистическая, олигополистическая, зонтичная) на рынке телевидения, концентрация производства в отрасли.
16. Структура затрат, цены и добавленной стоимости телепродуктов.
17. Горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация в отраслях кинематографии и телевидения.
18. Дифференциация телепродуктов услуг предприятий телеиндустрии.
29. Бизнес-процессы и организационно-функциональная структура предприятий телеиндустрии.
20. Особенности бюджетирования на предприятиях отрасли телевидения.
21. Смета затрат на производство телепрограммы.
22. Бюджеты (финансовые планы) телекомпаний.
23. Финансовые модели телекомпаний.
24. Инвестиционная деятельность телекомпаний и финансовое обеспечение телепроектов.
25. Оценка экономической эффективности и финансовой состоятельности телепроектов и телекомпаний.
26. Управление рисками и страхование в телеиндустрии.
27. Российское законодательство в области телевидения.
28. Технический прогресс и инновации в телеиндустрии, их влияние на экономику отрасли.
29. Конкурентоспособность российских телепродуктов и телекомпаний на отечественном и мировом рынке.

6.4. Балльно-рейтинговая система

Оценка успеваемости с применением балльно-рейтинговой системы заключается в накоплении обучающимися баллов за активное, своевременное и качественное участие в определенных видах учебной деятельности и выполнение учебных заданий в ходе освоения дисциплины.

Конкретные виды оцениваемой деятельности	Количество баллов за 1 факт (точку) контроля	Количество фактов (точек) контроля	Баллы (максимум)
Обязательная аудиторная работа			
Тест	12	1	12
Практические задания	5	4	20
Посещение занятий	2	8	16
Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений)	3	4	12
Обязательная самостоятельная работа			
Подготовка доклада	10	1	10
Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы)			
Выступление на конференциях по тематике дисциплины	10	2	20
ИТОГО в рамках текущего контроля	70 баллов		
ИТОГО в рамках промежуточной аттестации	30 баллов		
ВСЕГО по дисциплине за семестр	100 баллов		

Итоговая оценка по дисциплине выставляется на основе накопленных баллов в ходе текущего контроля и промежуточной аттестации в соответствии с таблицей:

Система оценивания результатов обучения по дисциплине

Шкала по БРС	Отметка о зачете	Оценка за экзамен, зачет с оценкой
85 – 100	зачтено	отлично
70 – 84		хорошо
56 – 69		удовлетворительно
0 – 55	не зачтено	неудовлетворительно

7. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ, ИНФОРМАЦИОННО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечиваются печатными и (или) электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

7.1. Литература

1. Евменов, А.Д. Организация производства на предприятиях кинематографии и телевидения [Текст] : учебное пособие / А.Д. Евменов, П.В. Данилов, Э.К. Какосьян ; СПбГУКиТ. Ин-т экономики и управления. - СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2010. - 96 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
2. Гуревич, С.М. Экономика отечественных СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие для студентов вузов / С. М. Гуревич. - 4-е изд., перераб. и доп. - [Б. м.] : Аспект Пресс, 2009. - 296 с. - ISBN 978-5-7567-0545-4
<https://e.lanbook.com/book/68809>
3. Мастерство продюсера кино и телевидения [Текст] : учебник для вузов: рекомендовано методсоветом по направлению / ред.: П. К. Огурчиков, В. И. Сидоренко, В. В. Падейский. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2009. - 863 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>

7.2. Интернет-ресурсы

1. Портал корпоративного менеджмента <https://www.cfin.ru/>

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Microsoft Office

7.4. Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Электронный каталог библиотеки СПбГИКиТ. <https://www.gukit.ru/lib/catalog>

Электронная библиотечная система издательства «ЛАНЬ». <http://e.lanbook.com>

7.5. Материально-техническое обеспечение

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебная аудитория	Рабочее место преподавателя, оборудованное компьютером и мультимедийным проектором. Рабочие места обучающихся. Доска (интерактивная доска) и/или экран.
Помещение для самостоятельной работы обучающихся	Рабочие места обучающихся оборудованные компьютерами с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду института.

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ОРГАНИЗАЦИИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Методические рекомендации для преподавателей

Методические рекомендации для преподавателя представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих преподавателю оптимальным образом организовать преподавание данной дисциплины.

Данный комплекс состоит из рекомендаций по проведению лекций, осуществлению текущего контроля и промежуточной аттестации.

Цель лекционных занятий состоит в рассмотрении ключевых теоретических подходов, концептуальных основ, а также практических вопросов по дисциплине. В состав лекционного курса включаются:

- конспекты лекций, разработанные в соответствии с рабочей программой по данной дисциплине;
- списки учебной литературы, рекомендуемой студентам в качестве основной и дополнительной по темам лекций, приведенной в УМК;
- задания по отдельным темам лекций для самоконтроля студентов.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации включают:

- опросы, позволяющие определить освоение отдельных тем учебной программы;
- контрольные вопросы по каждой теме учебной программы и по всему курсу.

Методические рекомендации для студентов

Методические рекомендации по изучению дисциплины представляют собой комплекс рекомендаций и разъяснений, позволяющих студенту оптимальным образом организовать процесс обучения.

Студенту необходимо рационально распределить время, отведенное на самостоятельную работу, направленное на изучение дисциплины.

Самостоятельная работа направлена:

- на подготовку к лекциям, которая включает изучение лекций по соответствующей теме, а также использование литературы, приведенной в УМК;
- подготовку к зачёту по вопросам, приведенным в данной рабочей программе.

Студент для сдачи зачёта по данной дисциплине должен:

- сделать доклад на минимальное количество баллов;
- при необходимости ответить на дополнительные вопросы.