

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: Дизайн в медиаиндустрии

Направление подготовки: 54.03.01 Дизайн

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 54.03.01 Дизайн (приказ Минобрнауки России от 13.08.2020 г. № 1015)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Дизайн в медиаиндустрии» по направлению подготовки 54.03.01 Дизайн

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

И.В. Газеева

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:

нет предшествующих дисциплин

Освоение дисциплины необходимо как предшествующее для дисциплин и/или практик:
Подготовка к сдаче и сдача государственного экзамена

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

Универсальные компетенции

УК-10 — Способен принимать обоснованные экономические решения в различных областях жизнедеятельности.

УК-10.1 — 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-10.2 — 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

УК-10.3 — 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) медиасферы

Умеет: использовать типовые и специальные методы экономической оценки условий, состояния и поведения предприятий, иных агентов медиасферы

Владеет: методами и приемами анализа экономических явлений и процессов, современными методиками расчета и анализа экономических показателей, характеризующих экономическую деятельность предприятий их экономические процессы в медиасфере

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

Предмет и задачи дисциплины. Понятие экономики медиасферы как экономической деятельности системы средств массовой коммуникации. Понятие отрасли и отраслевого рынка. Отрасль и рынок телевидения как совокупность специализированных предприятий (организаций), межотраслевых комплексов кино- и телеиндустрии, обслуживающих процессы производства, дистрибьюции, теле вещания и кинопроката аудиовизуальных продуктов (контента) в пакете услуг (бокс-офис) в системе медиарынка. Структура медиасферы и отрасли телевидения, структура отраслевого управления телевидением. Место и значение медиарынка российского телевидения на мировом рынке. Экономические границы отрасли и рынка телевидения, определяющие их факторы (количество предприятий, виды аудиовизуальных

продуктов, условия вступления в отрасль, возможность контроля над ценами и др.). Конкуренция и особенности телевизионного рынка.

Тема 2. Состояние и стратегия развития телевидения в России

Потенциал телевизионного рынка спроса: рынок телевизионной аудитории и медиапотребления; рынок телевизионной рекламы. Экономический потенциал (ресурсы и возможности) рынка предложения: количество предприятий отрасли и объемы их производства; основные производственные фонды, оборотные средства, инвестиции, бюджеты производства телепродуктов, трудовые и творческие кадры. Целевые программы развития телевидения и мультиплексы в России. Тенденции научно-технического прогресса в телевидении как основного фактора его развития. Медиаоснащенность телевизионной аудитории, конвергенция традиционного телевидения и интернет-индустрии как фактор развития неэфирного телевидения. Состояние и развитие телепотребления в России. Темпы роста отрасли. Проблемы развития телевидения в России и пути их решения. Перспективы технического, экономического и социального развития отрасли телевидения.

Тема 3. Строение, экономические параметры и анализ отраслевого рынка

Общая структура бизнес-процессов в телевизионной индустрии. Строение телевизионного рынка предложения: предприятия телепроизводства и телевидения, их объединения. Формы предприятий телевизионной отрасли (организационно-правовые, производственные). Размещение предприятий отрасли. Размер предприятия отрасли и факторы его определяющие. Характер и интенсивность конкуренции, концентрация производства в отрасли. Продукты телеиндустрии: телевизионные права, аудиовизуальные продукты (контент, рекламоноситель) и услуги. Барьеры на вход в отрасль, олигополистическая конкуренция, взаимосвязи и координация, ценовая дискриминация. Структура затрат телепроизводства и вещания, цены предложения (стоимости) телепродуктов. Интеграция (горизонтальная, вертикальная), диверсификация, слияние и поглощение (горизонтальные и вертикальные). Структура телевизионного рынка спроса: телевизионная аудитория и ее дифференциация по социально-демографическим, территориальным и экономическим факторам; рынок услуг рекламы и его дифференциация. Система рыночных цен и особенности ценообразования телепоказа аудиовизуальных продуктов и рекламных услуг на телевизионном рынке на основе медиаметрии, ценовые и неценовые факторы, влияющие на спрос. Структура финансовых результатов в отрасли.

Тема 4. Экономическая деятельность предприятий телеиндустрии

Основные экономические модели телевидения (государственное, общественное и коммерческое телевидение). Разнообразие и дифференциация продуктов и услуг предприятий телеиндустрии. Цикличность и сезонность телепроизводства и вещания. Организация и планирование телевизионного производства и вещания по этапам (периодам): продюсирование (предподготовительный, подготовительный, съемочный, постпроизводственный), вещание, дистрибуция (аудиовизуальных произведений, рекламных мест и времени). Методы продаж телевизионных прав и маркетинговые стратегии. Организационно-функциональная структура предприятий телеиндустрии. Особенности и модели управления экономикой предприятий телеиндустрии. Система натуральных и стоимостных показателей в телевидении. Особенности оценки ресурсов и их использования на предприятиях отрасли. Особенности бюджетирования деятельности предприятий телевизионной отрасли. Сметы затрат на производство и продажу телевизионных продуктов (оказание услуг). Финансовые результаты телекомпаний. Финансовые модели коммерческих телекомпаний (телеканалов). Инвестиционная деятельность и финансовое обеспечение телепроектов и телекомпаний. Оценка экономической эффективности, финансовой состоятельности телепроектов и телеканала, ее особенности в телевидении. Управление рисками и страхование телеиндустрии.

Тема 5. Государственная политика и регулирование рынка телевидения

Российское законодательство в области кино и телевидения. Налоги и виды государственной поддержки. Международное право в области телевидения. Контроль цен и антимонопольное законодательство в отрасли. Информационное обеспечение. Занятость и социальная защита в

отрасли.

Тема 6. Экономическая культура и финансовая грамотность

Личный бюджет и финансовое планирование. Расчеты и платежи. Сбережения. Кредиты и займы. Валюта. Страхование. Защита прав потребителей.

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	Понятие отрасли, рынка телевидения, их социально-экономические характеристики в системе медиасферы	2	0	0	0	0	0	2
2	Состояние и стратегия развития телевидения в России	0	0	0	2	0	0	2
3	Строение, экономические параметры и анализ отраслевого рынка	2	0	0	2	0	0	4
4	Экономическая деятельность предприятий телеиндустрии	0	0	0	4	0	0	4
5	Государственная политика и регулирование рынка телевидения	2	0	0	0	0	0	2
6	Экономическая культура и финансовая грамотность	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 телевещания, 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, телекомпания).
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
3
22
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. Оборóтные 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	16	1	16
Практические задания	5	4	20
Посещение занятий	1	16	16
Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений)	2	4	8
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.