

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 аудиовизуальной сферы»

Наименование ОПОП: Продюсер кино и телевидения

Специальность: 55.05.04 Продюсерство

Форма обучения: очно-заочная

Факультет: медиатехнологий

Кафедра: проектной деятельности в медиаиндустрии

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 19,4 час.

самостоятельная работа: 88,6 час.

| Вид(ы) текущего контроля | Семестр (курс) |
|---|-----------------------|
| контрольная работа (реферат) | 5 |
| активная работа на занятии (вопросы для обсуждений) | 5 |
| выполнение контрольной работы (реферата) | 5 |
| выступление на научной конференции по теме дисциплины | 5 |
| практикум (выполнение расчетного задания) | 5 |
| присутствие на занятии | 5 |
| Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты | Семестр (курс) |
| зачет с оценкой | 5 |

Рабочая программа дисциплины «Экономика аудиовизуальной сферы» составлена:

— в соответствии с требованиями Федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования — Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - специалитет по специальности 55.05.04 Продюсерство (приказ Минобрнауки России от 01.08.2017 г. № 734)

— на основании учебного плана и карты компетенций основной профессиональной образовательной программы «Продюсер кино и телевидения» по специальности 55.05.04 Продюсерство

Составитель(и):

Антонова В.Г., доцент кафедры проектной деятельности в медиаиндустрии, к.э.н.

Рецензент(ы):

Леонтьева К.Ю., доцент, к.э.н.

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

Рабочая программа дисциплины одобрена Советом факультета экранных искусств

СОГЛАСОВАНО

Руководитель ОПОП

Н. Л. Горина

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:

формирования базового теоретического знания, принципов и практических навыков ведения экономической деятельности и управления экономическими процессами на предприятиях и в организациях аудиовизуальной сферы, включая оценку, анализ, планирование и организацию экономики проектов создания аудиовизуальных произведений, в системе отраслевых рынков аудиовизуальной продукции кинематографии, телевидения (эфирного, кабельного, спутникового, телевидения в Интернет, мобильного телевидения вещания) и других новых платформ вещания аудиовизуальной продукции.

Задачи дисциплины:

1. Понимание базовых отраслевых условий, структуры отраслей и отраслевых рынков аудиовизуальной сферы.
2. Ознакомление с особенностями экономики предприятий кино- и телеиндустрии в системе медиа-рынков аудиовизуальной сферы.
3. Изучение принципов, методов и формы осуществления экономической деятельности, организации бизнес-процессов, стратегии экономического поведения и развития предприятий кинематографической, телевизионной и других отраслей аудиовизуальной сферы.
4. Понимание принципов и механизмов функционирования, проблем и стратегий экономического развития кинематографической отрасли и телевидения, их предприятий.
5. Освоение методов оценки экономических издержек, финансовых результатов, коммерческой эффективности кино- и телепроектов, других проектов аудиовизуальных произведений, экономической эффективности предприятий аудиовизуальной сферы.
6. Обучение навыкам принятия оптимальных экономических решений по отраслевым проблемам, проблемам предприятий аудиовизуальной сферы, а также навыкам реализации аудиовизуальных проектов 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 экономики

Планирование и организация производства аудиовизуальной продукции

Правоведение

Работа над постановочным проектом

Социология

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

Основы управления дистрибьюторской и кинотеатральной деятельностью

Зарубежный кинобизнес и копродукция

Кинофестивальная деятельность

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

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

Универсальные компетенции

УК-2 — Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

УК-2.3 — Проводит экономическое обоснование проекта.

Знает: основные условия, показатели, особенности и модели экономической и финансовой деятельности предприятий (организаций) аудиовизуальной сферы; основы построения, расчета и анализа системы показателей, характеризующих деятельность хозяйствующих субъектов в кино- и телевизионной индустрии;

Умеет: использовать типовые и специальные методы экономической оценки условий, состояния и поведения предприятий, иных агентов на рынках аудиовизуальной сферы; выявлять экономические проблемы реализации аудиовизуальных проектов, предприятий и отраслей кинематографии и телевидения при анализе конкретных ситуаций, анализировать во взаимосвязи экономические явления, процессы и институты в аудиовизуальной сфере;

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.

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

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 академ. час. / 3 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 19,4 час.

самостоятельная работа: 88,6 час.

| | |
|---|-----------------------|
| Вид(ы) текущего контроля | Семестр (курс) |
| контрольная работа | 5 |
| Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты | Семестр (курс) |
| зачет с оценкой | 5 |

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

| Семестр | 5 | Итого |
|--|--------------|--------------|
| Лекции | 8 | 8 |
| Практические | 8 | 8 |
| Консультации | 3 | 3 |
| Самостоятельная работа | 80 | 80 |
| Самостоятельная работа во время сессии | 8,6 | 8,6 |
| Итого | 107,6 | 107,6 |

2.2. Содержание учебной дисциплины

Тема 1. Понятие и социально-экономические характеристики отрасли и отраслевого рынка кинематографии и телевидения

2.1. Определение и основные понятия отрасли и отраслевого рынка: Совокупность специализированных предприятий (организаций) кинематографии и телеиндустрии, других отраслей аудиовизуальной сферы, обслуживающих процессы производства (продюсирования), дистрибуции/проката, кино- и телевизионного показа и продажи прав на использование аудиовизуальных продуктов (АВП) в пакете услуг (бокс-офис) в системе медиа-индустрии и медиа-рынка.

2.2. Структура отрасли: Строение бизнес-процессов и экономическая характеристика кино- и телеиндустрии (кино- и телепроизводства, дистрибьюции/проката, кинопоказа и телевещания), других отраслей аудиовизуальной сферы. Структура рынков производства (объектов/субъектов отрасли, других агентов рынка, кино- и телевизионных, других аудиовизуальных продуктов и услуг). Структура рынка спроса: аудитории и рекламодателей; структура товаров и услуг на рынке кино и телевидения, на других рынках АВП. Экономические границы рынка кинематографии и телевидения, факторы их определяющие.

2.3. Место кинематографической отрасли и телевидения в структуре национальной экономики. Место и значение российского рынка кино и телевидения на мировом рынке.

Тема 2. Базовые экономические условия отраслевых рынков кинематографии и телевидения

3.1. Институциональные условия: Российское законодательство в аудиовизуальной сфере. Налоги и виды государственной поддержки.

3.2. Условия на рынке предложения (производства): Отраслевые ресурсы (основные средства, нематериальные активы, оборотные средства, инвестиции, трудовые и творческие кадры) участников кинопроизводства (продюсерских компаний, киностудийных комплексов, киносервисных компаний), кинодистрибьюции/проката (кинодистрибьюторских и кинопрокатных компаний), кинопоказа (кинотеатров и киносетей), телевизионного производства (телекомпаний, телеканалов-вещателей, контент-провайдеров, телепрограмм). Дифференциация АВП и услуг на кинематографическом и телевизионном рынке (по видам, форматам, типам, жанровым группам, тематическим формам). Условия продажи прав (нематериальных активов) на использование АВП. Экономические отношения предприятий аудиовизуальной сферы, характер конкуренции (концентрация кино- и телепроизводства, кино- и теледистрибьюции и проката, кинопоказа/телевещания, олигополистическая конкуренция, горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация в отраслях аудиовизуальной сферы, слияния и поглощения).

3.3. Условия на рынке спроса (потребления АВП): Система рыночных цен на АВП (права на использование), на услуги кинопроизводства, кино- и теледистрибьюции и проката, кинопоказа и телевещания, на услуги кино- и телевизионной рекламы. Факторы, влияющие на спрос (кино- и телепотребление). Социологические характеристики кино- и телевизионной аудитории, показатели кино- и телепотребления, цикличность и сезонность потребления. Структура финансовых результатов кино- и телекомпаний в кинематографической отрасли и телевидении.

Тема 3. Экономика кинематографии

4.1. Анализ рынка дистрибьюции и кинопоказа в России: Основные участники российского рынка кинодистрибьюции/проката. Метод анализа кинорынка по конечным результатам; характеристики (показатели) состояния и развития (количество фильмов выпущенных в прокат, бюджеты и эффективность производства АВП, общий кассовый сбор от показа фильмов, динамика наработки на одну копию, динамика факторов изменения кассовых сборов, распределение и структура кассовых сборов, количество проданных билетов, кинопотребление на 1 человека, количество кинотеатров и кинозалов, структура территориального размещения кинотеатров, возрастная структура киноаудитории, емкость рынка).

4.2. Анализ мирового рынка кинопроизводства, кинопроката и кинопоказа.

4.3. Анализ рынка кинопроизводства в России: Основные участники российского рынка кинопроизводства и их классификация. Киностудийная производственная база. Основные характеристики и особенности кинопроизводственного бизнеса: определение кинобизнеса; субъекты экономической деятельности; объекты инвестиций; особенности инвестиционной деятельности в кинопроизводственном бизнесе; способы инвестиционного участия и источники финансирования кинопроектов; модели распределения кассовых сборов; экономические показатели кинопроизводственного бизнеса; результативность и факторы успеха кинопроизводства; конкурентное преимущество, риски и страхование кинопроизводства; социально-статусная ценность кинобизнеса; партнеры и инвесторы кинопроизводственного

бизнеса.

4.4. Финансовые модели кинобизнеса: Независимый продюсерские компании и продюсерские центры. Киностудийные комплексы. Кинодистрибьюторские и кинопрокатные компании. Кинотеатры и кинотеатральные сети. Кинокомпания-мэйджоры. Особенности бюджетирования (финансового планирования) деятельности кинокомпания, реализации кинопроекта (сметы затрат производства и оказания услуг), учет исключительных прав на использование АВП. Рекламная деятельность в кинотеатре.

4.5. Процессы кинопроизводства и попроцессная структура затрат: Предподготовительный период, подготовительный период и бизнес-планирование кинопроекта (постановочный проект). Съёмочный период и оперативное экономическое планирование и организация деятельности съёмочной группы. Постпроизводственный период. Трудовые и творческие кадры, плата труда в кинопроизводстве. Экономика кинопроекта. Экономика современного киностудийного комплекса (производственные мощности, основные и нематериальные активы, производственная программа, текущие финансовые затраты и результаты, эффективность экономической деятельности).

4.6. Особенности экономики кинодистрибьюции и кинопроката: Услуги, финансово-экономические результаты и затраты, эффективность кинодистрибьюции и кинопроката в России. Деятельность кинорынков и кинофестивалей, их экономика, проблемы и тенденции развития.

4.7. Особенности экономики оказания услуг кинотеатрального показа: Особенности маркетинга услуг кинопоказа; особенности экономики современного цифрового кинотеатра и киносети, эффективность кинотеатральной деятельности.

4.8. Новые платформы кинопоказа: Особенности экономики кинопоказа на телевидении и в системе интернет, проблемы и тенденции развития.

4.9. Состояние, ключевые проблемы и стратегии развития кинематографии в России.

Тема 4. Экономика телевидения

5.1. Экономика телеиндустрии и телевизионного рынка: Телевизионные продукты и услуги, телевизионные права; телевизионный контент и его потребители; производители, дистрибьюторы, вещатели телевизионного контента и операторы телекоммуникационных услуг; сегментация телевизионного рынка (эфирное, кабельное, спутниковое, интернет ТВ и мобильное ТВ); общедоступные, сетевые, тематические ТВ каналы; финансовые модели телевидения (коммерческое, общественное и государственное), общедоступные и платные ТВ каналы. Предложение и спрос на рынке ТВ-продуктов и услуг (спрос на содержание, на услуги доступа к целевой аудитории) и их оценка на основе показателей телесмотрения (медиаизмерений), ценность телепродукта (для телеканала, аудитории, рекламодателя). Конкуренция на медиарынке: на рынке контента (с учетом типов потребления), на рынке свободного времени аудитории, на рынке рекламы. Медиапроцесс на телевидении (медиаисследования телеканала и его аудитории, медиапланирование рекламной компании, факторы и показатели телепотребления, мониторинг телесмотрения. Экономические особенности и способы повышения эффективности предприятий телевизионной индустрии: эффект масштаба производства; расширение аудитории и снижение стоимости доставки контента; повышение качества и инновационности телепродуктов; высокая затратность и технологическая зависимость телепроизводства; снижение стоимости производства ТВ программ (производство сериалов и дешевых программ, использование недорогого оборудования; вторичное использование программ; рециклинг информационных сюжетов). Источники доходов в телеиндустрии (прямая и спонсорская реклама, абонентская плата, подписка, оплата за просмотр, почти видео по заказу, видео по запросу, бесплатный доступ к ТВ плюс реклама). Рыночные стратегии телекомпаний: рост за счет горизонтальной, вертикальной и диагональной интеграции; кластеризация телевизионного бизнеса. Конкурентоспособное программирование телеканала: особенности программирования контента на общедоступных и тематических ТВ каналах; оптимальное планирование сетки вещания по экономическим факторам как комплексного телепродукта. Особенности бюджетирования

телеканала: бюджетирование экономической деятельности телеканала, сметная стоимость ТВ программы. Оценка эффективности телепродуктов и телеканала.

5.2. Анализ состояния и развития рынка телевидения: Краткая история российского телевидения. Состояние и стратегия развития экономики телевидения в России (телекоммуникации, технический прогресс, структуры услуг и стоимости ТВ вещания, сегменты телевизионного рынка, телепотребление, парк телевизионных устройств, охват, характеристика аудитории, телереклама). Структура сетки вещания (телевизионного контента) телеканала (эфирного, тематического), структуры телевизионного кинопоказа.

5.3. Особенности экономики компаний эфирного ТВ: экономика телепроекта (телепрограммы); экономика ТВ канала и сетка эфирного вещания; экономика телекомпании; экономика медиахолдинга.

5.4. Особенности экономики тематических ТВ каналов: Экономика тематического ТВ канала и сетка вещания.

5.5. Особенности экономики новых платформ телевидения: Интернет ТВ-вещание, мобильное телевидение; он-лайн-игры.

Тема 5. Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг аудиовизуальной сферы

Государственная поддержка отраслей аудиовизуальной сферы: Органы государственной исполнительной власти, регулирующие рынок кинематографии и телевидения. Государственная собственность (государственные организации) на рынке кино и телевидения.

Система государственной политики и финансовой поддержки, анализ институциональных и политических факторов.

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 и социально-экономические характеристики отрасли и отраслевого рынка кинематографии и телевидения | 4 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| 2 | Базовые экономические условия отраслевых рынков кинематографии и телевидения | 2 | 0 | 0 | 4 | 0 | 0 | 6 |
| 3 | Экономика кинематографии | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| 4 | Экономика телевидения | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 2 |
| 5 | Государственная политика и регулирование рынков продукции и услуг аудиовизуальной сферы | 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 аудиовизуальной сферы» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

| № п/п | Тематика практических занятий (семинаров) | Трудоемкость (час.) |
|-------|---|---------------------|
| 1 | Тема: «Базовые экономические условия отраслевых рынков кинематографии и телевидения». | 4 |
| 2 | Тема: «Экономика кинематографии ». | 2 |
| 3 | Тема: «Экономика телевидения». | 2 |

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 аудиовизуальной сферы».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

| Вид(ы) текущего контроля | Семестр (курс) |
|---|-----------------------|
| контрольная работа (реферат) | 5 |
| активная работа на занятии (вопросы для обсуждений) | 5 |
| выполнение контрольной работы (реферата) | 5 |
| выступление на научной конференции по теме дисциплины | 5 |
| практикум (выполнение расчетного задания) | 5 |
| присутствие на занятии | 5 |
| Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты | Семестр (курс) |
| зачет с оценкой | 5 |

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Контрольная работа выполняется в форме реферата.

Примерный перечень тем контрольных работ (реферата)

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 дистрибуции и кинопоказа в России.
7. Анализ мирового рынка кинопроизводства и дистрибуции.
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.

Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений)

1. Учитывают ли люди в повседневной жизни принцип альтернативных издержек? Приведите собственные примеры.

2. Ограниченность каких ресурсов сдерживает возможности экономического развития России? Как, по вашему мнению, следует решать проблему редкости этих ресурсов.

3. Почему в экономике деньги не считаются капитальным ресурсом? Почему предпринимательская способность считается отдельной категорией экономического ресурса, отличного от труда?

4. Поясните смысл следующего выражения: «Если бы ресурсы были неограниченными и бесплатно доступными, такого учебного предмета, как экономика, просто не было бы».

5. Почему частная собственность и защита прав собственности так важны для успешного функционирования рыночной системы?

6. Каковы преимущества и недостатки рынка?

7. Какова роль инфраструктуры рынка в развитии рыночных отношений?

8. В каких областях экономики действие рынка может быть неэффективным?

9. Метода оценки конкурентоспособности киностудии и кинопроизводственных услуг.

10. Показатели конкурентоспособности аудиовизуальных продуктов.

11. Показатели конкурентоспособности киностудии.

12. Анализ конкурентоспособности киностудии и кинопроизводственных услуг.

13. Процесс медиа-планирования рекламной компании.

13.1. Основные термины и показатели.

13.2. Структура Рекламного агентства.

13.3. Медиа-бриф.

13.4. Данные для медиа-исследования.

13.5. Медиа-исследовательские компании. Выбор СМК.

13.6. Целевые показатели.

14. Процесс планирования телекомпаний.

14.1. Основные термины и показатели.

14.2. Графики размещения рекламы. Выбор ТВ-каналов.

14.3. Стратегии размещения рекламы на телевидении.

14.4. Уровни медиа-веса. Теории медиа-планирования.

14.5. Прайс-лист прямой и спонсорской рекламы телеканала.

Практикум (Выполнение расчетного задания):

1. Составление и обоснование генеральной сметы затрат производства полнометражного игрового фильма по 4 вариантам.

2. Техничко-экономическое обоснование создания студии цифрового постпродакшн по 4 вариантам

3. Расчет сметы затрат на производство телевизионной программы по 4 вариантам.

4. Анализ рыночного спроса и предложения ТВ программы на основе данных мониторинга телесмотрения (базы данных TNS Медиа Россия) по индивидуальному варианту.

5. Анализ популярности телевизионной программы на основе данных мониторинга телесмотрения (базы данных TNS Медиа Россия) по индивидуальному варианту.

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень вопросов для подготовки к зачету с оценкой

1. Определение и основные понятия отраслей и отраслевых рынков аудиовизуальной

сферы как совокупности специализированных предприятий-производителей (организаций) и потребителей аудиовизуальных продуктов (товаров) и услуг.

2. Структура аудиовизуальной сферы: строение бизнес-процессов и их экономическая характеристика.
3. Структура рынков производства (объектов/субъектов отрасли, других агентов рынка, аудиовизуальных продуктов и услуг);
4. Структура рынка спроса: аудитории и рекламодателей; структура потребления товаров и услуг аудиовизуальной сферы.
5. Место и значение российского рынка кинематографии и телевидения на мировом рынке.
6. Экономические границы рынка кинематографии и телевидения, факторы их определяющие.
7. Состояние, ключевые проблемы и стратегия развития кинематографии в России.
8. Состояние, ключевые проблемы и стратегия развития телевидения в России.
9. Институциональные условия: российское законодательство в аудиовизуальной сфере, налоги и виды государственной поддержки.
10. Отраслевые ресурсы (основные средства, нематериальные активы, оборотные средства, инвестиции, трудовые и творческие кадры) участников кинопроизводства.
11. Отраслевой потенциал (ресурсы и возможности) сферы кинопоказа (кинотеатров и киносетей).
12. Дифференциация АВП и услуг в аудиовизуальной сфере (по видам, форматам, типам, жанровым группам, тематическим формам).
13. Экономика использования прав (нематериальных активов) в аудиовизуальной сфере.
14. Характер конкуренции на рынке кинематографии и телевидения (концентрация кино- и телепроизводства, кино- и теледистрибуции и проката, кинопоказа/ телевидения, олигополистическая конкуренция, горизонтальная, вертикальная интеграция и диверсификация, слияния и поглощения).
15. Структура финансовых результатов в кинематографической отрасли и телевидении.
16. Цикличность и сезонность потребления кино- и телепродуктов (кинотеатральных и телевизионных прав), стратегии продвижения кино и телепродуктов и услуг на рынок.
17. Анализ рынка кинодистрибуции/проката, характеристики (показатели) состояния и развития в России.
18. Анализ рынка кинопроизводства в России.
19. Особенности кинопроизводственного бизнеса (определение кинобизнеса, субъекты экономической деятельности, объекты инвестиций, особенности инвестиционной деятельности в кинобизнесе, способы инвестиционного участия, источники финансирования кинопроектов и факторы успеха).
20. Модели распределения кассовых сборов, экономические показатели кинобизнеса, конкурентное преимущество и риски кинобизнеса, социально-статусная ценность кинобизнеса, партнеры и инвесторы кинобизнеса.
21. Финансовые модели независимых продюсерских компаний и продюсерского центра.
22. Финансовая модель киностудийных комплексов.
23. Финансовая модель кинодистрибьюторской и кинопрокатные компании.
24. Финансовая модель кинотеатра и кинотеатральной сети.
25. Особенности экономики кинокомпаний - мэйджора.
26. Смета затрат производства полнометражного игрового фильма.
27. Экономика рекламной деятельности в кинотеатре.
28. Работы и затраты периодов производства кинопроекта
29. Разработка постановочного проекта как его бизнес-планирование (состав работ, особенности их организации).
30. Трудовые и творческие кадры, плата труда в кино- и телепроизводстве.
31. Особенности экономики современного киностудийного комплекса (киностудии).

32. Особенности экономики кинодистрибьюции и кинопроката: услуги, финансово-экономические результаты и затраты, эффективность кинодистрибьюции и кинопроката в России.
33. Деятельность кинорынков и кинофестивалей, их экономика, проблемы и тенденции развития.
34. Особенности экономики оказания услуг кинотеатрального показа: особенности маркетинга услуг кинопоказа, экономики современного цифрового кинотеатра и киносети, эффективность кинотеатральной деятельности.
35. Новые платформы кинопоказа: особенности экономики кинопоказа на телевидении и в системе интернет, проблемы и тенденции развития.
36. Сегментация телевизионного рынка (эфирное, кабельное, спутниковое, интернет ТВ и мобильное ТВ; общенациональные, сетевые, тематические ТВ каналы).
37. Финансовые модели телевидения (коммерческое, общественное и государственное ТВ, общедоступные и платные ТВ каналы).
38. Предложение и спрос на рынке ТВ продуктов и услуг (спрос на содержание, на услуги доступа к целевой аудитории), ценность телепродукта (для телеканала, аудитории и рекламодателя).
39. Медиапроцесс: исследование телеканала и аудитории; медиапланирование рекламной компании на телевидении (задачи, этапы, структура, факторы и показатели телесмотра).
40. Система мониторинга телесмотра (телепотребления).
41. Экономические особенности и способы повышения эффективности предприятий телевизионной индустрии (эффект масштаба производства, расширение аудитории и снижение стоимости доставки контента; повышение качества и инновационности телепродуктов, высокая затратность и технологическая зависимость телепроизводства, снижение стоимости производства ТВ программ).
42. Источники доходов в телеиндустрии (прямая и спонсорская реклама, абонентская плата, подписка, оплата за просмотр, почти видео по заказу, видео по запросу, бесплатный доступ к ТВ плюс реклама).
43. Рыночные стратегии телекомпаний.
44. Конкуренентоспособное программирование телеканала (оптимальное программирования контента и сетки вещания ТВ канала).
45. Особенности бюджетирования телеканала (бюджетирование телеканала, сметная стоимость ТВ программы).
46. Оценка эффективности и популярности телепродуктов, сетки вещания телеканала.
47. Исторические этапы развития российского телевидения.
48. Рынок услуг платного телевидения в России (тематические ТВ каналы, конкуренция, показатели телесмотра, технологические платформы, основные сегменты и структура телевизионного контента, основные проблемы и тенденции развития платного ТВ в России).
49. Новые платформы телевещания (интернет ТВ вещание, мобильное телевидение).
50. Особенности экономики эфирного ТВ (телепрограммы, ТВ канала и сетки эфирного вещания, телекомпаний).
51. Особенности экономики тематических ТВ каналов (ТВ программы, тематического ТВ канала и сетки вещания).
52. Государственная поддержка кинематографии и телевидения.
53. Влияние институциональных и политических факторов на рынок кинематографии и телевидения.

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 | | | |
| Практикум (Выполнение расчетного задания) | 2 | 5 | 10 |
| Активная работа на занятии (Вопросы для обсуждений) | 6 | 4 | 24 |
| Присутствие на занятии | 3 | 8 | 24 |
| Обязательная самостоятельная работа | | | |
| Выполнение контрольной работы (реферата) | 12 | 1 | 12 |
| Дополнительная аудиторная и самостоятельная работа (премиальные баллы) | | | |
| Выступление на научной конференции по теме дисциплины | 7 | 1 | 7 |
| 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, Александр Дмитриевич. Организация производства на предприятиях кинематографии и телевидения [Текст] : учебное пособие / А.Д. Евменов, П.В. Данилов, Э.К. Какосьян ; СПбГУКиТ. - СПб. : Изд-во СПбГУКиТ, 2010. - 96 с.
http://books.gukit.ru/pdf/2012_4/000003.pdf
http://books.gukit.ru/pdf/2012_4/000003.pdf
2. Антонова, Ирина Михайловна. Экономика и организация инженерной деятельности (аудиовизуальная сфера) [Текст] / И. М. Антонова, Л. А. Зайченко, Э. Ж. Янсон. - Санкт-Петербург : Тактик-Студио, 2010. - 224 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
3. Основы продюсерства. Аудиовизуальная сфера [Текст] : учебник для вузов / ред.: Г. П. Иванов, П. К. Огурчикова, В. И. Сидоренко. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2003. - 719 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
4. Управление затратами в продюсерской деятельности : учебное пособие / Н. И. Евменова [и др.]. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2019. - 128 с. - Текст : непосредственный.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
5. Основы инвестиционной деятельности в кинематографии [Электронный ресурс] : методические указания по изучению дисциплины : специальность: 55.05.04 - Продюсерство / [сост.: Н. И. Евменова [и др.]] ; С.-Петерб. гос. ин-т кино и телев. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2019. - 57 с. - Электрон. версия печ. публикации. Режим доступа по логину и паролю.
http://books.gukit.ru/pdf//2019/Methodicheskaya%20literatura/Evmenova_Osnovy%20investicionnoy%20deyatelnosty%20kinematografii_MU.pdf
6. Антонова, Ирина Михайловна. Сбалансированная система показателей в управлении предприятиями аудиовизуальной сферы. Управленческая концепция ССП. [Текст] : учебно-методическое пособие/ И. М. Антонова ; С.-Петерб. гос. ин-т кино и телев. - Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2017. - 58 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>

База данных мер поддержки кинематографии в России «Фонд кино» <http://www.fond-kino.ru/>

Бюллетень кинопрокатчика <http://www.kinometro.ru/>

Интернет-портал о кино и кинобизнесе «ПрофиСинема» <http://www.proficinema.ru>

Электронная библиотечная система «Айбукс-ру». <http://ibooks.ru>

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 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 тестам по соответствующим пройденным темам. Также подготовка к дискуссии;
- подготовку к зачету с оценкой по вопросам, приведенным в данной рабочей программе;
- выполнить контрольную работу.

Студент для получения зачета по данной дисциплине должен:

- решить комплексные расчетные задания на минимальное количество баллов;
- выполнить контрольную работу;
- при необходимости ответить на дополнительные вопросы.