

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
врио ректора

Сертификат: 00f1233eba3405dd3da37c46e08d7ca920

Основание: УТВЕРЖДАЮ

Дата утверждения: 21 июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

«Закупка и аутсорсинг телевизионного контента»

Наименование ОПОП: Продюсер телевизионных и радиопрограмм

Специальность: 55.05.04 Продюсерство

Форма обучения: очная

Факультет: экранных искусств

Кафедра: продюсирования кино и телевидения

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 астроном. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 50,4 час.

самостоятельная работа: 57,6 час.

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
итоговый тест по дисциплине	7
лекционное занятие	7
подготовка и защита доклада	7
практическое занятие	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	7

Рабочая программа дисциплины «Закупка и аутсорсинг телевизионного контента» 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 телевизионных и радиопрограмм» по специальности 55.05.04 Продюсерство

Составитель(и):

М.Д. Баркан, доцент кафедры , к.н.

П.А. Алексеева, доцент кафедры , к.э.н.

Рецензент(ы):

И.А. Крылов, Заместитель генерального директора ООО «ТНТ-Санкт-Петербург»

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры продюсирования кино и телевидения

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:

Формирование знаний и умений, необходимых для принятия эффективных управленческих решений в процессе планирования тематики и объема, отбора и закупки телевизионного контента для телевизионного канала или крупной продакшн - компании, а так же в постановке задач сторонним производителям и контроле за их выполнением при аутсорсинговом производстве.

Задачи дисциплины:

Научиться анализировать телевизионный рынок для понимания целесообразности и эффективности процессов закупки и аутсорсинга телевизионного контента;

Получить общее представление о рынке производства ТВ-контента независимыми отечественными и зарубежными продакшн-компаниями;

Изучить основные этапы взаимодействия со сторонними производителями телевизионного контента при аутсорсинговом производстве;

Изучить принципы бюджетирования аутсорсингового контента и пути оптимизации затрат канала на его приобретение.

Научиться формировать техническое задание сторонним производителям и следить за его исполнением

1.2. Место и роль дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 «Дисциплины (модули)».

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

Продюсирование анимационных проектов

Научно-исследовательская работа

Основы продюсирования

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

Продюсирование кинофильмов

Современный PR

Компьютерная графика в кино и на телевидении

Музыкальное продюсирование в кино и телевидении

Продюсирование интернет-программ

Финансы и управленческий учет в продюсерской деятельности

Выполнение и защита выпускной квалификационной работы

Преддипломная практика

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

Профессиональные компетенции

Вид деятельности: .

ПК-1 — Способен на научной основе организовать свой труд, самостоятельно оценивать результаты профессиональной деятельности.

ПК-1.1 — Анализирует и оценивает результаты своей профессиональной деятельности.

Знает: позиционирование ТВ-каналов на рынке, их концептуальные различия, потребности в ТВ-контенте и основные творческие и технические тренды
Умеет: определять маркетинговую стратегию в зависимости от характера проекта (ориентация на массового потребителя, элитарную публику, детскую аудиторию)
Владеет: навыками закупки и дистрибуции стороннего ТВ-контента

Вид деятельности:

ПК-1 — Способен на научной основе организовать свой труд, самостоятельно оценивать результаты профессиональной деятельности.

ПК-1.3 — На научной основе организовывает свой труд, осуществляет научно-исследовательскую работу.

Знает: зрительские предпочтения и требования к телевизионному контенту

Умеет: прогнозировать результаты реализации телевизионного контента, прогнозировать изменения рынка

Вид деятельности:

ПК-3 — Способен организовывать и обеспечивать творческо-постановочный и технологический процессы на всех этапах производства аудиовизуального произведения, а также его продвижение в теле- и радиоаудиорию.

ПК-3.1 — Осуществляет организацию планирования, производства и контроль сроков аудиовизуального произведения.

Знает: принципы формирования сетки ТВ-каналов
 принципы постановки задач и контроля за качеством их выполнения

Умеет: определять цели и задачи производителю ТВ-контента
 формировать стратегию канала или продакшн-компании в области закупки стороннего ТВ-контента

Владеет: навыками творческой разработки концепции ТВ-контента

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

2.1. Структура и трудоемкость учебной дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 астроном. час. / 4 зач.ед.

в том числе: контактная работа: 50,4 час.

самостоятельная работа: 57,6 час.

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

Распределение трудоемкости по периодам обучения:

Семестр	7	Итого
Лекции	12	12
Практические	36	36
Консультации	2	2
Самостоятельная работа	50	50
Самостоятельная работа во время сессии	7,6	7,6
Итого	107,6	107,6

2.2. Содержание учебной дисциплины

Раздел 1. Понятие ТВ-контента

Тема 1. 1. Методология аутсорсингового производства

Формирование творческо-производственного плана ТВ-канала или продакшн компании. Определение процентного соотношения стороннего и собственного производства исходя из бюджета и позиционирования канала на рынке.

Тема 1. 2. Программная сетка, как основа для маркетинговых решений.

Концепции каналов, сетка, как отражение концепции, основные принципы ее формирования у общественных, публичных и нишевых каналов.

Раздел 2. Заказ и техническое задание.

Тема 2. 1. Современный отечественный рынок производства ТВ-контента

Обзор основных производителей ТВ – контента по жанрам, объемам и стоимости производимой продукции. Особенности работы с продюсерскими службами независимых производителей на этапе выработки технического задания. Основные параметры, которые должны фигурировать в техническом задании.

Тема 2. 2. Производство ТВ-контента и контроль за ним со стороны заказчика на всех этапах (разработка, сценарий, подготовительный, съемочный, постпродакшн).

Структура отдела аутсорсинга на ТВ-канале и в продакшн компании. Основные требования творческого и технического порядка, которые подлежат обязательному ежедневному (дэйлис), еженедельному (черновой монтаж) и окончательному (сдача) контролю. Творческие и технические аспекты взаимодействия заказчика и производителя в сфере производства ТВ-контента.

Тема 2. 3. Оценка эффективности заказанного ТВ-контента, принципы его дистрибуции и возникновение франшиз. Правовые и экономические вопросы.

Работа с позиционированием и размещением ТВ - контента в сетке канала. Промо и кросс-промо. Работа с медиаметрией и умение оперативно реагировать на «цифры». Договорные отношения с производителем на всех этапах производства и после премьеры. Вопросы прав, royalty и зависимости выплат от долей и рейтингов.

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 ТВ-контента	6	0	0	18	0	0	24
1.1	Методология аутсорсингового производства	3	0	0	9	0	0	12
1.2	Программная сетка, как основа для маркетинговых решений.	3	0	0	9	0	0	12
2	Заказ и техническое задание.	6	0	0	18	0	0	24
2.1	Современный отечественный рынок производства ТВ-контента	3	0	0	6	0	0	9
2.2	Производство ТВ-контента и контроль за ним со стороны заказчика на всех этапах (разработка, сценарий, подготовительный, съемочный, постпродакшн).	1,5	0	0	6	0	0	7,5
2.3	Оценка эффективности заказанного ТВ-контента, принципы его дистрибуции и возникновение франшиз. Правовые и экономические вопросы.	1,5	0	0	6	0	0	7,5
	ВСЕГО	12	0	0	36	0	0	48

4. ЛАБОРАТОРНЫЕ ЗАНЯТИЯ

Лабораторные занятия по дисциплине «Закупка и аутсорсинг телевизионного контента» в соответствии с учебным планом не предусмотрены.

5. ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗАНЯТИЯ (СЕМИНАРЫ)

№ п/п	Тематика практических занятий (семинаров)	Трудоемкость (час.)
1	Выступления студентов на тему: Наиболее востребованные жанры на современном отечественном ТВ. Жанровая составляющая в позиционировании ТВ канала.	9
2	Выступления студентов на тему: Программирование ТВ-контента. История и современные тенденции. (На примере ранних принципов программирования американских кабельных каналов 50-х годов 20 века, программирования на ТВ СССР и эволюция программирования на российских каналах в постсоветскую эпоху).	9

3	Выступления студентов на тему: Обзор ведущих отечественных независимых производителей ТВ-контента. (Крупнейшие производители сериалов, лицензионных игровых шоу, документалистики, ток-шоу).	9
4	Выступления студентов на темы: Основные этапы производства ТВ-контента и система контроля со стороны канала производящей компании.	9
5	Выступления студентов на темы: Медиаметрия – основа маркетинговой стратегии канала.	12

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 «Закупка и аутсорсинг телевизионного контента».

Предусмотрены следующие формы и процедуры текущего контроля и промежуточной аттестации:

Вид(ы) текущего контроля	Семестр (курс)
итоговый тест по дисциплине	7
лекционное занятие	7
подготовка и защита доклада	7
практическое занятие	7
Вид(ы) промежуточной аттестации, курсовые работы/проекты	Семестр (курс)
зачет с оценкой	7

6.1. Оценочные средства для входного контроля (при наличии)

Входной контроль отсутствует.

6.2. Оценочные средства для текущего контроля успеваемости

Примерные темы докладов:

1. Первые попытки перехода от жесткому структурированию показа ТВ программ (США 1950-е годы)
2. Нишевое распределение отечественных ТВ-каналов. Принципы по которым формируется отличие общенациональных каналов от нишевых.
3. Принципы формирования потребностей канала в ТВ-контенте в зависимости от их концепции.
4. Наиболее яркие примеры мировых франшиз созданных независимыми производителями.
5. Сравнение принципов формирования заказа на аутсорсинг крупнейшими мировыми каналами (ABC, FOX Television, NBC-Universal, Canal+) и отечественными каналами (Первый, Россия 1, ТНТ, СТС)
6. Скрининг, как способ определения наиболее перспективных жанров, тем и идей для заказа ТВ-контента (на примере L.A. screening и BBC showcases).
7. Рейтинг – основа принятия маркетинговых решений на ТВ-канале. История медиаметрии, крупнейшие медиаизмерители (TNS Gallup, AGP)
8. Составляем Техническое задание для разных жанров ТВ-контента на примере ток-шоу «Пусть говорят», сериала «След», реалити – шоу Дом 2, развлекательный формат «Смотрите кто пришел».
9. Анализ ошибок аутсорсинговой стратегии канала на основе изучения эволюции сетки канала НТВ за пять лет и сопоставления ее с ростом и падением медиаметрических показателей канала.
10. Креативная составляющая продюсерской деятельности в разработке концепции длинного

сериала на примере сериалов «Своими глазами», «Физрук», «Последний мент».

11. Технический расчет этапов производственного цикла аутсорсинговой продукции. На примере вымышленного ток-шоу, сериала, игрового формата, документального цикла.

12. Обзор крупнейших мировых производителей ТВ-форматов (BBC, Freemantle, Endemol, Castaway)

13. Особенности переговоров с мейджорами на примере приобретения Первым каналом формата «Survivor» и компанией «Игра» формата «Своя игра».

14. Обзор удачных и неудачных приобретений форматов отечественными каналами в 2014-2016 году с точки зрения имиджа рейтинга, рекламных доходов.

Тестовые материалы для контроля знаний:

В общем виде под аутсорсингом понимается

а) передача организацией, на основании договора, определённых видов или функций производственной предпринимательской деятельности другой компании, действующей в нужной области

б) передача организацией, на основании договора, права на коммерческую эксплуатацию объектов интеллектуальной собственности

в) передача организацией, на основании договора, товаров для их последующей реализации на рынке

г) передача организацией, на основании договора, права на использование марочного названия

CPP(Cost Per Point) - это:

а) Сумма рейтингов всех выходов рекламных сообщений в рамках конкретной рекламной кампании

б) Стоимость пункта рейтинга

в) Термин, обозначающий общее количество домохозяйств, смотревших телевизор в рассматриваемый период времени

г) Отношение аудитории канала в целевой группе к аудитории канала среди всего населения

GRP(Gross Rating Point) - это:

а) Сумма рейтингов всех выходов рекламных сообщений в рамках конкретной рекламной кампании

б) Стоимость пункта рейтинга

в) Термин, обозначающий общее количество домохозяйств, смотревших телевизор в рассматриваемый период времени

г) Отношение аудитории канала в целевой группе к аудитории канала среди всего населения

OTS(Opportunity To See) - это:

а) Количество раз, которое данное рекламное сообщение потенциально могло быть увиденным

б) Метод эмпирических исследований в социологии

в) Показатели медиаметрических исследований

г) Такого понятия не существует

Основной принцип современной телеметрии

а) экстраполяция результатов измерений выборки на все население изучаемых регионов/городов страны

б) интерполяция результатов измерений

в) исследование малых городов России с населением менее 100 тыс. чел.

г) все ответы верны

6.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

Перечень примерных вопросов для подготовки к зачету с оценкой:

1. Сетка телевизионных программ. История, принципы формирования, задачи.

2. Концепция канала с точки зрения конкурентного окружения.
3. Основные жанры телевизионного контента.
4. Плюсы и минусы собственного и стороннего производства.
5. Способы анализа потребностей канала в стороннем ТВ-контенте
6. Техническое задание, как основа работы со сторонним производителем.
7. Основные отечественные производители ТВ-контента.
8. Основные игроки на мировом рынке ТВ-форматов.
9. Этапы производства ТВ-контента и способы контроля за его качеством.
10. Распределение обязанностей между заказчиком и производителем в процессе производства ТВ-контента. («Звезды», техническая база, очистка прав на использование стороннего контента, деление прав на готовый продукт, дистрибуция)
11. Примеры и анализ удачных и неудачных аутсорсинговых проектов каналов 2014-2016 годов в жанре сериал.
12. Примеры и анализ удачных и неудачных аутсорсинговых проектов каналов 2014-2016 годов в жанре ток-шоу.
13. Примеры и анализ удачных и неудачных аутсорсинговых проектов каналов 2014-2016 годов в жанре развлекательного ТВ.
14. Общие принципы взаимоотношений каналов со сторонними производителями.
15. Замысел, как основа концепции ТВ-формата. Основные вопросы, на которые нужно ответить продюсеру при создании нового формата.
16. Вертикальные и горизонтальные связи в процессе производства аутсорсингового контента.
17. Задачи креативного продюсера в процессе производства аутсорсингового контента.
18. Задачи линейного продюсера в процессе производства аутсорсингового контента.
19. Съёмочная площадка, как зеркало проблем стороннего производителя. На что продюсер обращает внимание, приезжая на площадку.
20. Пути и способы оптимизации затрат при производстве стороннего ТВ контента.
21. Формы и примеры отчетности при производстве стороннего ТВ контента. Производителя перед департаментом аутсорсинга, департамента аутсорсинга перед руководством канала.
22. Деление прав на готовый продукт между заказчиком и исполнителем. Оптимизация, сопредельные территории, мировая дистрибуция.
23. Обзор основных телевизионных выставок в России и за рубежом. Селлер и байер – сходства и различия.
24. Медиаметрия – история и современные задачи.
25. Обзор крупнейших мировых медиаизмерителей и принципы медиаизмерений в России и за рубежом.
26. Обзор ведущих отечественных каналов с точки зрения медиаметрии. Доли, целевые аудитории, позиционирование.
27. Медиаметрия, как основа маркетинговой стратегии канала на примере каналов «Большой тройки»
28. Отечественный рынок ТВ рекламы и аутсорсинг с точки зрения рекламоемкости стороннего ТВ-продукта.
29. Взаимоотношения канала и рекламодателя (спонсора) в процессе производства стороннего ТВ-контента.
30. Основные тенденции мирового рынка аутсорсингового контента – потребности и предложение.

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			
Лекционное занятие	1	8	8
Практическое занятие	1	24	24
Обязательная самостоятельная работа			
Подготовка и защита доклада	8	3	24
Итоговый тест по дисциплине	14	1	14
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. Профессия — продюсер кино и телевидения. Практические подходы [Электронный ресурс]: учебник / под ред. В. И. Сидоренко, П. К. Огурчикова. — Москва: Юнити 2017 г.— 711 с. — Электронное издание. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<https://ibooks.ru/reading.php?productid=26965>
2. Профессия - продюсер кино и телевидения [Текст] : практические подходы/ Всерос. гос. ин-т кинематографии им. С. А. Герасимова (ВГИК) ; ред.: В. И. Сидоренко, П. К. Огурчиков. - Москва : Юнити, 2013. - 711 с.
<https://www.gukit.ru/lib/catalog>
3. Энциклопедия мировой индустрии СМИ [Электронный ресурс] : учеб. пособие / М.В. Блинова [и др.]. — Москва : Аспект Пресс, 2013. — 464 с. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<https://e.lanbook.com/reader/book/68803/#1>
4. Основы медиабизнеса [Электронный ресурс] : учеб. / под ред. Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<https://e.lanbook.com/reader/book/68801/#1>
5. Вартанова, Е. Л. История отечественного телевидения: Взгляд исследователей и практиков [Электронный ресурс] : учеб. пособие / Е. Л. Вартанова. — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 160 с. - Режим доступа: на территории института без ограничений, вне института - по логину и паролю
<https://e.lanbook.com/reader/book/68840/#1>

7.2. Интернет-ресурсы

1. АО "Невафильм". www.nevafilm.ru
2. tvkinoradio.ru — портал о ТВ, кино и радио. <https://tvkinoradio.ru>

7.3. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Использование лицензионного программного обеспечения по дисциплине «Закупка и аутсорсинг телевизионного контента» не предусмотрено.

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>

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

Справочная правовая система КонсультантПлюс.

Информационный портал о кинематографе «КиноПоиск». <https://www.kinopoisk.ru>

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

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

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

Электронная библиотека образовательно-издательского центра «Академия».

<http://www.academia-moscow.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

Данный комплекс состоит из рекомендаций по проведению лекций, практических занятий, текущего и итогового контроля.

Цель лекционных занятий состоит в рассмотрении теоретических вопросов по дисциплине «Закупка и аутсорсинг телевизионного контента» в логически выраженной форме. 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 РП;
- тесты и задания по отдельным темам лекций для самоконтроля студентов.

Цель практических занятий – развитие самостоятельности учащихся и приобретение ими умений и навыков, предусмотренных дисциплиной.

Практические занятия по данной дисциплине проводятся в форме семинаров, что позволяет студентам привить практические навыки самостоятельной работы с научной литературой, получить опыт публичных выступлений. Семинары способствуют углубленному изучению закупки и аутсорсинга телевизионного контента и служат основной формой подведения итогов самостоятельной работы студентов.

В состав практических занятий включаются:

- проведение дискуссии педагога и студентов на паре на заданную тему;
- методика проведения практических занятий, которая включает план проведения практического занятия, объем аудиторных часов, отводимых для освоения материалов по каждой теме;
- краткие методические и практические материалы по каждой теме, позволяющие студенту более глубоко ознакомиться с сущностью обсуждаемых вопросов;
- вопросы, выносимые на обсуждение и список литературы, необходимый для целенаправленной работы студента в ходе подготовки к семинару;
- задачи для совместного и самостоятельного решения по рассматриваемой теме;
- варианты тем докладов, порядок их подготовки и защиты.

Изучение дисциплины производится в тематической последовательности.

Формы текущего и итогового контроля включают:

- контрольные вопросы по каждой теме учебной программы и по всему курсу;
- тестовые задания по каждой теме учебной программы и по всему курсу.

Студенту необходимо оптимально распределить время, отведенное на самостоятельную работу, направленное на изучение дисциплины. Самостоятельная работа направлена:

- на выполнение расчетных работ, проводимых в рамках практических занятий;
- на подготовку к семинарам, которая включает изучение материалов по соответствующей теме, а также использование литературы приведенной в РП;
- подготовку доклада по выбранной студентом теме. Доклад оформляется в соответствии с требованиями ГОСТ по оформлению документов, объем 10-12 с.
- подготовку к зачету с оценкой по вопросам, приведенным в РП.

Студент для сдачи зачета с оценкой по данной дисциплине должен:

- выполнять расчетные работы;
- активно участвовать на семинарах;
- защитить доклад в течение семестра на положительную оценку;
- при необходимости ответить на поставленные вопросы на зачете.