

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

Институт общественных наук

(наименование института)

Кафедра культурологии и социальной коммуникации

Кафедра управления проектами УСКП МВШСЭН

(наименование кафедры)

УТВЕРЖДЕНА

кафедрой культурологии и
социальной коммуникации

кафедрой управления проектами
УСКП МВШСЭН

Протокол от №17.1 от 30 августа
2017 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.4.1 Продюсирование медиапроектов

(индекс и наименование дисциплины)

38.03.02 Менеджмент

(код и наименование направления подготовки)

Менеджмент креативных проектов (Liberal Arts)

направленность (профиль)

бакалавр

(квалификация)

очная

(форма обучения)

Год набора - 2018

Москва, 2017 г.

Авторы–составители:

Доцент кафедры управления проектами УСКП МВШСЭН,
к.культурологии
(ученое звание, ученая степень, должность)

Лапина-
Кратасюк Е.Г.
(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
Культурологии и социальной коммуникации,
PhD
(наименование кафедры) (ученое звание, ученая степень,)

Неклюдова М.С.
(Ф.И.О.)

Заведующий кафедрой
управления проектами УСКП МВШСЭН, к.и.н.
(наименование кафедры) (ученое звание, ученая степень,)

Дукельский В.Ю.
(Ф.И.О.)

СОДЕРЖАНИЕ

1.	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....
2.	Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....
3.	Содержание и структура дисциплины.....
4.	Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине.....
5.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины
6.	Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине
6.1.	Основная литература.....
6.2.	Дополнительная литература.....
6.3.	Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....
6.4.	Нормативные правовые документы.....
6.5.	Интернет-ресурсы.....
6.6.	Иные источники.....
7.	Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.4.1 «Продюсирование медиапроектов» обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенций
ОПК-3	способность проектировать организационные структуры, участвовать в разработке стратегий управления человеческими ресурсами организаций, планировать и осуществлять мероприятия, распределять и делегировать полномочия с учетом личной ответственности за осуществляемые мероприятия	ОПК-3.4	Способность анализировать и проектировать городскую среду с учетом особенностей локальных кросскультурных взаимодействий и местного стейкхолдеризма.
ПК-4	умение применять основные методы финансового менеджмента для оценки активов, управления оборотным капиталом, принятия инвестиционных решений, решений по финансированию, формированию дивидендной политики и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации	ПК-4.2	Способность использовать навыки бизнес-планирования для налаживания инвестиционного климата в пределах конкретных отраслей креативного менеджмента и локальных корпоративных культур.
ПК-17	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и	ПК-17.2	Способность анализировать и оценивать инвестиционные риски и перспективы в контексте развития бизнеса и управления стартап-стратегиями.

	формировать новые бизнес-модели		
--	---------------------------------	--	--

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
ОПК-3.4	на уровне знаний: о ресурсах и ограничениях социально-экономического развития, которые необходимо принимать во внимание при разработке как крупно-масштабных программ развития;
	на уровне умений: критически анализировать применяемые в мировой практике средства и методы работы с городской средой;
	на уровне навыков: идентификации и использования ключевых проблем городского развития для разработки и реализации приоритетных экономических и социально-культурных проектов;
ПК-4.2	на уровне знаний: о структурах социокультурного капитала и подходах к его использованию при картировании инвестиционных проблем;
	на уровне умений: организовывать прикладные исследования и аналитическую работу, необходимые для принятия стратегических решений на уровне городского и регионального развития в контексте бизнес-планирования;
	на уровне навыков: формирование проектов дивидентной политики и управления активами в пределах институциональных ограничений креативных индустрий;
ПК-17.2	на уровне знаний: представления об основах предпринимательной деятельности в условиях неустойчивости современной экономической системы и волатильности культурных рынков;
	на уровне умений: организовывать аудиты и подсчитывать риски кампаний при планировании бизнес-решений;
	на уровне навыков: формирование краткосрочного и среднесрочного планирования полифункциональных или нишевых социокультурных стартапов в городской среде

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

В соответствии с учебным планом дисциплина Б1.В.ДВ.4.1 «Продюсирование медиапроектов» входит в состав элективных дисциплин вариативной части блока Б1 «Дисциплины (модули)» и изучается в шестом семестре. Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 з.е.).

Дисциплина связана с другими дисциплинами учебного плана, такими как Б1.В.ДВ.2.1 «Менеджмент музеев и галерей», Б1.В.ДВ.2.2 «Паблик арт», Б1.В.ДВ.1.1 «История экономики и предпринимательства в России», Б1.В.ОД.5 «Менеджмент

исполнительских искусств», Б1.В.ДВ.5.1 «Интерпретация культурного наследия», Б1.В.ДВ.5.2 «Маркетинг городов», Б1.В.ОД.4 «Экономика культуры и креативная экономика», Б1.В.ДВ.4.1 «Продюсирование медиапроектов», Б1.В.ОД.7 «Финансовый менеджмент», Б1.В.ОД.6 «Современные культурные рынки», Б1.В.ОД.10 «Микроэкономика».

Количество академических часов, выделенных на контактную работу с преподавателем – 28 часов, на самостоятельную работу обучающихся – 44 часов.

3. Содержание и структура дисциплины

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины, час.						Форма текущего контроля успеваемости ⁴ , промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Классификация медиaproстранства.	12	2		2		8	Опрос, домашнее задание
Тема 2	Современный рынок нишевых медиапроектов.	12	2		2		8	Опрос, домашнее задание
Тема 3	Базовый подход к разработке медиапроектов.	12	2		2		8	Опрос, домашнее задание
Тема 4	Некоторые аспекты функционирования современных медиа.	12	2		2		8	Опрос, домашнее задание
Тема 5	Архивация, дистрибуция, промо и реклама.	12	2		2		8	Опрос, домашнее задание
Тема 6	Экономические и юридические аспекты управления в области кино, ТВ и Интернет-проектов.	12	4		4		4	Опрос, домашнее задание
	Промежуточная аттестация							Зачет с оценкой
Всего:		72	14		14		44	

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Классификация медиaproстранства.	Классификация по видам площадок: интернет, ТВ, кинотеатры, спутниковые и кабельные телеканалы, радио. Цифровое вещание. Структура площадок. Тенденции.
Тема 2	Современный рынок нишевых медиапроектов.	Структура рынка. Игроки, холдинги, бенефициарии. Глобальные, федеральные и

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
		региональные рынки. Источники доходов. Емкость рынков. Тенденции.
Тема 3	Базовый подход к разработке медиапроектов.	Разработка медиапроекта: идея, концепция, исследования, права, программное обеспечение, приобретение прав на (идеи, сценарии, сюжеты), подбор команды, маркетинговые исследования, бизнес-план. Оценка рисков. Страхование.
Тема 4	Некоторые аспекты функционирования современных медиа.	Особенности функционирования российских проектов в области интернета, нишевых кабельно-спутниковых каналов. Производственная единица. Съёмочная группа.
Тема 5	Архивация, дистрибуция, промо и реклама.	Национальные архивы. Законы об обязательном экземпляре. Некоторые особенности законодательства и практики. Дистрибуция и промо медиапроектов.
Тема 6	Экономические и юридические аспекты управления в области кино, ТВ и Интернет-проектов.	Авторское право. Примеры построения смет и бизнес-планов, нишевых медиапроектов, документальных, короткометражных фильмов. Бухгалтерия. Налоги. Оптимизация налогообложения в области медиапроектов, закон о Национальном фильме.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Текущий контроль успеваемости

4.1.1. Формы текущего контроля успеваемости

В ходе реализации дисциплины «Продюсирование медиапроектов» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

- при проведении практических занятий: опрос, групповые дискуссии;
- при контроле результатов самостоятельной работы студентов: домашние задания, эссе.

4.1.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся:

Обычно курс предполагает изучение одной темы в течении 2 занятий (2 недели). При этом преподаватель самостоятельно определяет количество нужных часов по теме в зависимости от усвоения материала группой. Тематика на каждый месяц дается в таблице выше. Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов студентов в группе. Далее дается описание вопросов и соображения, которые нужно иметь ввиду, когда вы оцениваете ответы студентов.

Как пример приведены типовые оценочные материалы

По теме 2

Типовая проблематика для обсуждения на семинарах: анализ российского медиарынка (кейс-стади с предоставлением мультимедийной презентации с конкретными выводами по материалам аналитики).

Студенты дают короткие характеристики изученным кейсам и книгам, в свободной форме обсуждают их содержание, формируют свои критические замечания с опорой на познания из курса по истории. Приветствуется иллюстрация собственных критических замечаний с помощью наблюдений, сформированных в рамках окказиональных кейс-стади. Приветствуются попытки синтеза знаний, полученных в других курсах.

По теме 3

Типовая проблематика для обсуждения на семинарах: разработка медиапроекта (идея, концепция, исследования, права, программное обеспечение, приобретение прав на идеи, синопсисы, сюжеты, подбор команды, маркетинговые исследования, бизнес-план); оценка рисков и страхование.

Студенты дают короткие характеристики изученным кейсам, книгам, в свободной форме обсуждают их содержание, формируют свои критические замечания с опорой на познания из курса по истории. Приветствуется иллюстрация собственных критических замечаний с помощью наблюдений, сформированных в рамках окказиональных кейс-стади. Приветствуются попытки синтеза знаний, полученных в других курсах.

4.2. Промежуточная аттестация

4.2.1. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Зачет с оценкой и эссе в 6 семестре, сопровождаемые устным ответом на 2 вопроса из перечня вопросов.

Эссе является составной частью оценки в 6 семестре и пишется студентами после первого модуля дома. Темы эссе даются студентам на выбор из предварительного списка, в рамках которого они могут выбирать.

4.2.2. Типовые оценочные средства

Примерные вопросы к зачету:

1. Продюсирование медиапроектов и проектный менеджмент: сравнительный анализ профессионального функционала.
2. Современные медийные форматы: исторический анализ.
3. Экономические и финансовые аспекты медиапродюсирования.
4. Анализ и оценка рисков в прогнозировании и проектировании медиа: обзор стратегий и инструментов
5. Маркетинговые исследования в системе медиапродюсирования
6. Пре- и пост-PR: содержание понятий и практик
7. Рынок СМИ: российский и международный опыт
8. Кинорынок: российский и международный опыт
9. Рекламное производство: российский и международный опыт
10. Продюсирование кроссмедийных и трансмедийных проектов: вызовы цифровой среды

Приблизительные темы эссе:

1. Особенности медиапространства: сравнительный анализ проекта/площадки: интернет, ТВ, кинотеатры, спутниковые, кабельные или цифровые телеканалы, радио.
2. Характеристика современного рынка нишевых медиапроектов XX города/страны.
3. Анализ структуры современного рынка нишевых медиапроектов: игроки, холдинги, бенефициарии.
4. Экономическая динамика российского рынка нишевых медиапроектов: источники доходов, емкость рынков, тенденции.
5. Проблемы и специфика разработки медиапроекта (идея, концепция, исследования, права, программное обеспечение, приобретение прав на (идеи, синопсисы, сюжеты), подбор команды, маркетинговые исследования, бизнес-план)
6. Особенности функционирования российских проектов в области интернета, нишевых кабельно-спутниковых и цифровых каналов.
7. Анализ кейсов медиа-продуктов: телепередача, документальный фильм, анимационный

фильм, игровой фильм.

8. Особенности российского законодательства и практики в области создания, дистрибуции, архивации, продвижения и рекламы медиапроектов / медиапродуктов.

9. Экономические и юридические аспекты управления в области кино, ТВ и Интернет проектов (анализ кейсов по выбору студента).

10. Авторское право в медиапроектах: нишевые медиапроекты документальное и короткометражное кино.

11. Оптимизация налогообложения в области медиапроектов (закон о Национальном фильме).

Эссе состоит из пяти частей (рекомендованные объемы частей написаны в скобках):

* обоснование выбора конкретной экономической или бизнес-ситуации, репрезентативной для конструирования гипотезы и исследовательского вопроса в пределах заявленной проблематики: содержит не только формулировку, но и демонстрирует ход рассуждений: посылки, аргументы, вывод. [не менее 3000 знаков].

* обоснование структуры кейсов, а также выбора методологии анализа и содержания критической позиции студента по поводу предшествующей аналитики подобных бизнес-прецедентов [не менее 3000 знаков].

* демонстрация своей личной позиции, тезиса, который не может заключаться в простом согласии или несогласии с ранее озвученными методами [не менее 1000 знаков].

* доказательство своего тезиса — [не менее 3000 знаков].

* заключение, в котором автор кратко сопоставляет свою позицию с позицией автора текста и делает общий вывод по теме уже вне контекста анализируемого текста [не менее 2000 знаков].

Шкала оценивания

6 семестр:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Эссе ¹	Логичная структура с последовательным развитием тезиса. Аргументы прописаны полно, используется профессиональный язык, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична Работа выполнена строго в рамках академического стиля письма. Работа соответствует всем стандартам оформления учебных письменных текстов, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы. Работа соответствует заявленной теме полностью. Суждения оригинальны, интерпретации отличаются новизной.	Отлично (81-100)
	Структура логична, но аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны. Аргументы представлены полно, однако профессиональный язык используется не всегда, представлены адекватные иллюстрации к ним. Соблюдены орфографические, пунктуационные, стилистические нормы русского языка; композиция ясна и логична	Хорошо (61-80)

¹ Преподавателям предлагается оценить текст эссе по 5 критериям (см. п.4.2.2), выставя за каждый критерий до 20 баллов.

	<p>Работа написана в основном в рамках академического стиля письма, однако есть элементы публицистического стиля.</p> <p>Работа соответствует большинству стандартов оформления учебных письменных работ, библиография практически не содержит ошибок в оформлении списка литературы.</p> <p>Работа в основном соответствует заявленной теме, есть одно или два незначительных отступления в сторону.</p> <p>Суждения в основном оригинальны, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.</p>	
	<p>Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса не всегда последовательны.</p> <p>Аргумент не расписан, используются элементы профессионального языка, иллюстрации носят случайный характер.</p> <p>Есть нарушения орфографических, пунктуационных, стилистических норм русского языка, что затрудняет понимание текста</p> <p>Работа написана не в академическом стиле, однако содержит его элементы;</p> <p>Работа отклоняется от принятых стандартов оформления письменных учебных работ, библиография содержит значительное количество ошибок в оформлении списка литературы.</p> <p>Содержание работы в основном не соответствует теме, однако части ее соответствуют.</p> <p>Суждения следуют общепринятой позиции, однако их обоснование самостоятельно, интерпретации следуют общепринятой позиции по теме.</p>	Удовлетворительно (41-60)
	<p>Структура местами не логична, аргументы в поддержку тезиса носят случайный характер.</p> <p>Аргументация отсутствует в тексте, профессиональный язык игнорируется.</p> <p>Текст содержит очевидно значительные и многочисленные отклонения от норм использования русского языка</p> <p>Работа написана не в академическом стиле.</p> <p>Работа отстает от большинства стандартов оформления письменных учебных работ, библиография оформлена не по принятым правилам оформления списка литературы.</p> <p>Содержание работы не соответствует теме.</p> <p>Суждения следуют общепринятой позиции, отсутствует самостоятельное их обоснование, попытки самостоятельной интерпретации отсутствуют из-за ссылок на авторитеты.</p>	Неудовлетворительно (0-40)

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
Устный ответ на зачете ²	<p>Студент подробно излагает содержание вопроса: исчерпывающе, последовательно, четко и аргументированно излагает материал.</p> <p>Демонстрирует способность проследить и реконструировать аргументацию авторов по теме, ссылается в ответе на значимые понятия теории коммуникации, первоисточники или актуальные исследования.</p> <p>Поясняет утверждение на уместных примерах.</p>	Отлично (81-100)

² Итоговая оценка за 2 семестр включает среднее арифметическое оценок за эссе и ответов на экзамене.

	Уверенно отвечает на дополнительные вопросы, свободно ориентируется в теме. Демонстрирует понимание и озвучивает возможные иные точки зрения на вопрос.	
	Студент подробно излагает содержание билета, но упускает некоторые аспекты рассматриваемого подхода/метода. Демонстрирует способность частично реконструировать аргументацию авторов, на которых ссылается; обращается к понятиям, однако не может полно показать их значимость для ответа на вопрос. Поясняет утверждение на уместных примерах. Отвечает на дополнительные вопросы по теме с небольшими паузами в разговоре.	Хорошо (61-80)
	Студент излагает содержание билета поверхностно; Демонстрирует критическую оценку возможностей представленного подхода/метода на уровне «здравого смысла»; не выходит на уровень абстрактных понятий, нужных для анализа качества информации. Демонстрирует способность частично реконструировать аргументацию авторов, на которых ссылается, но допускает ошибки. Поясняет утверждение на примерах, но не всегда сразу может обосновать их уместность. Отвечает на дополнительные вопросы по теме с паузами в разговоре и ошибками.	Удовлетворительно (41-60)
	Студент излагает содержание билета сжато, не отражая сути вопроса; Не демонстрирует критическую оценку возможностей представленного подхода/метода; не называет никаких альтернативных позиций по данному вопросу. Не способен реконструировать аргументацию авторов, допускает серьезные ошибки. Не использует примеры, либо предложенные примеры не отражают суть вопроса. Не отвечает на дополнительные вопросы по теме.	Неудовлетворительно (0-40)

4.4. Методические материалы

В процессе преподавания данной дисциплины используются как классические методы обучения (семинары), так и различные виды самостоятельной работы студентов по заданию преподавателя, которые направлены на развитие творческих качеств студентов и на поощрение их интеллектуальных инициатив.

В рамках данного курса используются такие активные формы обучения, как выполнение заданий по неструктурированным кейсам по итогам семинарских занятий, интерактивные формы - дискуссии по соответствующей тематике в рамках семинарского занятия.

Знание курса поможет студенту повысить интерес к профессиональной подготовке, изучению специальных дисциплин; получить навык самостоятельной работы в библиотеке с учебной и монографической литературой при подготовке к семинарским занятиям, практикумам.

Работа с эссе:

А. Студентам даётся на выбор 11 тем для написания эссе с описанием особенностей их структуры и возможной реализации в контексте метода ситуационного анализа.

Б. К каждой теме преподаватель может подобрать свои тексты (один или несколько), которыми студентам рекомендуется пользоваться. Студенты могут пользоваться и другими источниками для вдохновения. Каждый преподаватель волен выбирать те источники, которые считает необходимым. Единственное правило здесь в том, что источники должны иметь непосредственное отношение к теме. Тексты могут читаться по ходу модуля.

В. Работы оцениваются по трем направлениям: а) качество интерпретации позиции автора текста, б) глубина и оригинальность тезиса студента, в) ясность и логичность повествования.

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина «Продюсирование медиапроектов» изучается на протяжении одного семестра и завершается зачетом с оценкой. В ходе обучения основными видами учебных занятий являются семинарские занятия. В ходе семинарских занятий рассматриваются основные понятия тем, углубляются и закрепляются знания студентов по ряду рассмотренных вопросов, развиваются навыки ведения публичной дискуссии, умения аргументировать и защищать выдвигаемые в них гипотезы, утверждения, положения.

При подготовке к семинарским занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу;
- подготовить ответы на все вопросы семинара.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить реферат, доклад, эссе по теме семинара. В процессе подготовки к семинару студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Организация деятельности студента по видам учебных занятий	
Вид учебных занятий	Организация деятельности студента
Практические занятия	<p>На практических занятиях осуществляется проработка содержания курса. При подготовке к практическим занятиям студентам необходимо ознакомиться с источниками, учебной литературой, рекомендуется конспектировать источники.</p> <p>Во время практических занятий возможна такая форма работы как устные выступления студентов по контрольным вопросам семинарского занятия. Выступление на семинаре должно быть компактным и вразумительным, без неоправданных отступлений и рассуждений. Выступление предполагает самостоятельное изложение материала, вдумчивое и свободное. Важно помнить, что, выступая на занятии, студент обращается к группе, а не только к преподавателю. В свою очередь, остальные студенты должны осознавать важность вовлеченного участия в занятии, слушать, задавать вопросы выступающему, формулировать ответные реплики. По окончании занятия студенту рекомендуется повторить выводы, сконструированные на семинаре, проследив логику их построения, отметив положения, лежащие в их основе. Для облегчения реализации этой задачи во время занятия рекомендуется делать пометки. В случае неточностей и (или) непонимания какого-либо вопроса пройденного материала студенту следует обратиться к преподавателю для получения необходимой консультации и разъяснения возникшей ситуации.</p>
Реферат, доклад	Тема доклада (реферата) выбирается студентом по согласованию с преподавателем. Важно при этом учитывать ее актуальность, научную разработанность, возможность нахождения

	<p>необходимых источников для изучения темы реферата (доклада), имеющиеся у студента начальные знания и личный интерес к выбору данной темы.</p> <p>После выбора темы реферата (доклада) составляется перечень источников (монографий, научных статей, справочной литературы, содержащей комментарии, результаты исследований и т.п.).</p> <p>Реферат (доклад) - это самостоятельная учебно-исследовательская работа студента, где автор раскрывает суть исследуемой проблемы, приводит различные точки зрения, а также собственные взгляды на нее. Содержание материала должно быть логичным, изложение материала носит проблемно-поисковый характер.</p> <p>Примерные этапы работы над рефератом (докладом):</p> <ul style="list-style-type: none"> - формулирование темы; - подбор и изучение основных источников по теме (как правило, не менее 10); - составление библиографии; - обработка и систематизация информации; - разработка плана; - написание реферата (доклада); - публичное выступление с результатами исследования.
Эссе	<p>Эссе представляет собой небольшую, свободного изложения письменную творческую работу, выражающую мнение автора о сущности проблемы.</p> <p>В устной форме подготовленный материал может быть изложен на практическом занятии. Тема эссе может быть выбрана студентом как из предлагаемого и рекомендованного преподавателем перечня, так и самостоятельно. Тема эссе может быть предложена студентом, исходя из его желания и научного интереса.</p> <p>Написание эссе осуществляется самостоятельно путем творческого изложения изученных научных материалов.</p> <p>Важным элементом оформления эссе является корректное указание ссылок на источники использованного материала, информации и приведенных цитат.</p>
Групповая дискуссия, диспут	<p>Групповая дискуссия - это средство, которое позволяет определить уровень сформированности профессиональных навыков в условиях максимально приближенных к профессиональной среде. Модерацией дискуссии занимается преподаватель, который предлагает актуальную тему для дискуссии, ставит вопросы, акцентирует внимание аудитории на наиболее значимых аспектах.</p> <p>Проведение групповой дискуссии позволяет оценить формирование у студента соответствующих навыков, в том числе умение ставить проблему, обосновывать пути ее возможного разрешения, умение вести цивилизованный диалог, отстаивать</p>

	<p>свою точку зрения, аргументировано отвечать на правовые позиции иных участников групповой дискуссии, способность «на ходу» оценивать свои и чужие аргументы и факты, свободно оперировать фактическим материалом и без предварительной подготовки обрабатывать возникающие вопросы и проблемы. Семинар-дискуссия может содержать элементы «мозгового штурма»: участники стремятся выдвинуть как можно больше идей, не подвергая их критике; потом выделяются главные, они обсуждаются и развиваются, оцениваются возможности их доказательства или опровержения.</p>
--	---

Кроме работы с литературой (см. пункт 6.1) рекомендуется при изучении каждой темы работать с одним или двумя (но не больше) источниками, которые могут быть как текстами-выдержками из учебников, монографий и статей, так и публицистическими или любыми иными источниками, которые в этом случае выступают не источником знаний, а объектом приложения аналитических усилий. Подбор источников рекомендуется делать на основе интересов студентов в группе, а также динамики групповой и индивидуальной работы. Далее дается описание вопросов и соображения, которые нужно иметь в виду, когда вы оцениваете ответы студентов.

Примерный регламент подготовительного этапа при подготовке к зачету (подготовка эссе дома):

- На написание эссе дается не менее 2-х недель.
- Обучающийся работает с источниками и вторичной литературой к нему.
- Эссе выполняется по структуре, предложенной преподавателем.
- В тексте эссе должны быть соблюдены основные требования, предъявляемые к академическому тексту: оформление цитирования, ссылок, библиографического описания.
- Обучающийся обязан сдать работу в срок, установленный преподавателем.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

6.1. Основная литература.

1. Сидоренко В.И. и Огурчикова П.К. Профессия продюсер кино и телевидения. Практические подходы. Под. ред. М.: Юнити-Дана, 2010.

6.2. Дополнительная литература.

1. Alia V. The new media nation: indigenous peoples and global communication. - Berghahn Books, 2010
2. Alia V., Bull S. Media and ethnic minorities. - Edinburgh University Press, 2005
3. Arutunyan A. The Media in Russia. - McGraw-Hill, 2009
4. Beumers B., Hutchings S., Rulyova N. The post-Soviet Russian media: conflicting signals. - Taylor & Francis, 2009
5. Burrett T. Television and presidential power in Putin's Russia. - Taylor & Francis, 2011
6. Deger J. Shimmering screens: making media in an aboriginal community. - U of Minnesota Press, 2006

7. Drushel B. E., Kathleen German K. The Ethics of Emerging Media: Information, Social Norms, and New Media Technology. - Continuum International Publishing Group, 2011
8. Ess Ch. Digital Media Ethics. - Polity, 2009
9. Hesmondhalgh D. The media and social theory. - Routledge, 2008.
10. Knight Ch. Public Art: Theory, Practice and Populism. - John Wiley & Sons, 2011
11. Koltsova O. News media and power in Russia. - Routledge, 2006
12. Newson A., Houghton D., Patten J. Blogging and other social media: exploiting the technology and protecting the enterprise. - Gower Publishing, Ltd., 2008
13. Popov D. Virtualization of Society: Who Is Making “Virtual Worlds”? (TV, Advertising, Internet) // Conflict, Citizenship and Civil Society. The 8th Conference of European Sociological Association. Glasgow, 2007
14. Qualman E. Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. - John Wiley and Sons, 2010
15. Rosenholm A. Russian mass media and changing values. - Routledge, 2010
16. Solis B., Breakenridge D. Putting the public back in public relations: how social media is reinventing the aging business of PR. - FT Press, 2009
17. Streuer V. The Media System in Russia. - GRIN Verlag, 2009
18. Wilson P., Stewart M. Global indigenous media: cultures, poetics, and politics. - Duke University Press, 2008
19. Абрамов Р.Н., Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Учебное пособие для вузов. М.: Академический проект, 2010.
20. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. М.: Локид-пресс, 2007.
21. Гаспаров М. Л.. Массовая культура. Историзм, массовая культура и наш завтрашний день // Вестник истории, литературы, искусства. Отд-ние ист.-филол. наук РАН. М., 2005. Т. 1. С. 26–29.
22. Геращенко Л. Как написать сценарий рекламного ролика? М.: Диаграмма, 2006
23. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. - М. : КНОРУС, 2010. — 256 с.
24. Голдман У.Р. Миссия Мердока. Цифровая революция в медиаимперии. – М.: Медиадом, 2004.
25. Гринберг П., Вагнер Д. Творческий телевизионный менеджмент. Учебно- методическое пособие - М.; Аспект-Пресс, 2006. Метод доступа: <http://www.library.cjes.org/files/pdf/creative-tv-management.pdf>
26. Леонтович О. А. Введение в межкультурную коммуникацию. - М.: Гнозис, 2007.
27. Маклюэн М. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. М., «Жуковский», 2003.
28. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2008.
29. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов/ Е.П.Прохоров – 7-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009.
30. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М.: Слово/Slovo, 2000
31. Финк К. Стратегический газетный менеджмент. – Самара: Корпорация Федоров, 2004.
32. Фрэнкель А. Нейминг: как игра в слова становится бизнесом. – М.: Хорошая книга, 2006.
33. Хабермас Ю. Постнациональная констелляция и будущее демократии. Логос, 2003. № 4-5. с. 114-129.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

1. Положение об организации самостоятельной работы студентов федерального государственного бюджетного образовательного учреждения высшего образования «Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации» (в ред. приказа РАНХиГС от 11.05.2016 г. № 01-

6.4.Нормативные правовые документы.

1. Конституция Российской Федерации.

6.5.Интернет-ресурсы, справочные системы.

1. Бузин, В. Н. Медиапланирование. Теория и практика [Электронный ресурс] : учеб. Пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям "Реклама", "Маркетинг", "Психология", "Социология", "Журналистика" / В. Н. Бузин, Т. С. Бузина. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. - 495 с. ISBN 978-5-238-01769-3. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=391919>
2. Журнал «Сообщение» URL: <http://www.soob.ru/>
3. Кому принадлежат российские СМИ. Карта бизнеса – 2007. Журнал «РБК». Июнь, 2007 URL: http://compromat.ru/page_20776.htm
4. Медиа-проект «Национальный проект» URL: <http://www.nazaccent.ru/>
5. Независимая газета-регионы URL: <http://www.ng.ru/ngregions/>
6. Портал о рекламе, PR, маркетинге <http://www.sostav.ru/>
7. Программное обеспечение для управления проектами URL: <http://ru.wikipedia.org/wiki/%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%BC%>
8. Профессиональный PR-портал URL: <http://www.sovetnik.ru/>
9. Радиопрограмма «Народы России» М. Лянге URL: <http://www.radiorus.ru/section.html?rid=456>
10. Рябинина, Н. З. Технология редакционно-издательского процесса [Электронный ресурс] :учеб. пособие / Н. З. Рябинина. - М.: Логос, 2012. - 256 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-051-4. URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469484>
11. Стартап Серебро URL: <http://www.azium.ru/startups/Cerebro>
12. Тематический портал «Наука о рекламе» <http://www.advertology.ru/>
13. Управление медиапроектами URL: <https://cerebrohq.com/ru/2011/04/05/cource-realtime-cerebro/>
14. Успешные медиапроекты в Контакте URL: <https://vk.com/smpjects>
15. Ушанов, П. В. Медиа рилейшнз Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations [Электронный ресурс] : учеб. пособие / П. В. Ушанов. - 2-е изд., стер. - М. : Флинта, 2012. – 80 с. - ISBN 978-5-9765-0749-4 URL: <http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=457157>
16. Фестиваль этнических культур «ЭТНО-ФЕСТ <http://www.ethno-fest.ru/>
17. Школа компьютерной графики URL: <http://www.screamschool.ru/masterclasses/m/?id=178>
Классические и современные техники создания креативной рекламы. URL: <http://www.advertology.ru/article23774.htm>

6.6.Иные рекомендуемые источники.

18. 1. Шумилина Н. Радиореклама должна работать, а не просто «звучать» URL: <http://www.advertology.ru/article3858.htm>

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Требования к аудиториям (помещениям) для проведения занятий:

Для проведения практических занятий по дисциплине необходимо наличие ноутбука (компьютера) с установленным пакетом Microsoft® и мультимедийного проектора.

Требования к программному обеспечению общего пользования:

Специализированное оборудование и специализированное программное обеспечение при изучении дисциплины не используется.