

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

«Продюсирование медиапроектов»

Автор:

Доцент кафедры управления проектами УСКП МВШСЭН,
к.культурологии

Лапина-
Кратасюк Е.Г.

Код и наименование направления подготовки, профиля:

38.03.02 Менеджмент

Менеджмент креативных проектов (Liberal Arts)

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Цель освоения дисциплины: сформировать следующие компетенции

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	ПК-4.2	Способность использовать навыки бизнес-планирования для налаживания инвестиционного климата в пределах конкретных отраслей креативного менеджмента и локальных корпоративных культур.

	и структуры капитала, в том числе, при принятии решений, связанных с операциями на мировых рынках в условиях глобализации		
ПК-17	способность оценивать экономические и социальные условия осуществления предпринимательской деятельности, выявлять новые рыночные возможности и формировать новые бизнес-модели	ПК-17.2	Способность анализировать и оценивать инвестиционные риски и перспективы в контексте развития бизнеса и управления стартап-стратегиями.

План курса:

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
Тема 1	Классификация медиапространства.	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 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.

Формы текущего контроля и промежуточной аттестации:

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.

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.

Основная литература:

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