

Приложение 7 ОП ВО

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

Институт общественных наук

Кафедра политических и общественных коммуникаций

УТВЕРЖДЕНА
решением кафедры политических и
общественных коммуникаций
Протокол от «29» августа 2016 г.
№12

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.2.1. Управление производством медиа-контента

(индекс, наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

42.04.01 Реклама и связи с общественностью

(код, наименование направления подготовки (специальности))

"Медиаменеджмент"

(направленность(и) (профиль (и)/специализация(и))

Магистр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма(ы) обучения)

Год набора - 2017

Москва, 2016 г.

Автор составитель:

Кандидат культурологии

О.В. Мороз

Преподаватель

А.В. Гискин

Заведующий кафедрой
политических и общественных
наук, профессор, PhD
(наименование кафедры)

(ученая степень и(или) ученое звание)

С. Потолликио
(подпись) *(Ф.И.О.)*

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины (модуля)
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)
6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)
 - 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 (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.2.1. Управление производством медиа-контента обеспечивает овладение следующими компетенциями с учетом этапа:

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
ПК-3	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	1 этап: ПК – 3.1	– способность управлять проектами, сетями, подразделениями, организациями в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	1 этап: ПК – 11.1	– способность управлять процессом разработки, производства нового продукта и его продвижения на основе применения методик оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании, определения основных рисков

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

ОТФ/ТФ ¹ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия	Код этапа освоения компетенции	Результаты обучения
контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.	1 этап: ПК – 3.1	на уровне знаний: - теоретико-методологические основы построения эффективного взаимодействия субъектов социальной среды; - теорию планирования, управления и контроля производственных процессов и информационных потоков; назначение, характер, содержание, технологические приемы и особенности отечественного бизнес-планирования; - алгоритмы практического применения методов, технологий и инструментов анализа, планирования

¹ Для образовательных программ, реализуемых по ФГОС, и для универсальных компетенций первая колонка может не заполняться

		и реализации кампаний по рекламе и СО;
		на уровне умений: - вычленять социальные факторы коммуникации; осуществлять взаимодействие с различными учреждениями, организациями и службами; - анализировать рыночные изменения, события, делать выводы и разрабатывать стратегические планы; прогнозировать бизнес-процессы в сфере профессиональной деятельности; - выбирать и применять методы генерирования идеи и средства креативного поиска для управления коллективным и личностным творческим процессом;
		на уровне навыков: - навыками формирования эффективных внутренних коммуникаций, тактиками личной и коллективной коммуникации; способностью к выработке нестандартных решений; - навыками использования методов генерации идеи и средств креативного поиска в процессе коллективного и личностного творческого процесса; опытом формирования стратегий и творческой проработки коммуникационных кампаний и мероприятий;
контроль, оценка эффективности и корректировка стратегий, планов, кампаний и отдельных мероприятий в области рекламы и связей с общественностью.	1 этап: ПК – 11.1	на уровне знаний: - основы, принципы и методики анализа и прогнозирования в профессиональной сфере; - основы теории инноваций и инновационной деятельности; инновационные подходы, методы и технологии, используемые в рекламе и СО в настоящее время; основы планирования и проектирования инновационной деятельности в сфере рекламы и СО; - методы разработки стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности, заданий на их разработку; программные средства планирования и управления проектами, возможности прикладных программ для создания проектов; на уровне умений: - проводить ситуационный анализ рынка инноваций в сфере коммуникации, рекламы и PR, продукта рекламной деятельности и работы в сфере СО, маркетинговых тенденций профессионального сегмента рынка; прогнозировать последствия процессов и явлений в профессиональной сфере; - писать аналитические справки, обзоры и прогнозы на профессиональные темы. - разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, планы и программы

		инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов;
		на уровне навыков: - навыками составления аналитической и прогностической документации в области рекламы и связей с общественностью в государственных, общественных, коммерческих структурах, средствах массовой информации, в социальной сфере, сфере политики, экономики, производства, торговли, науки, культуры, спорта; - навыками применения теоретических положений теории инноваций к разработке и реализации инновационных программ и проектов в области рекламы и СО; - навыками планирования и разработки исследовательских и проектных работ, стратегических концепций и бизнес-планов, программ инновационной деятельности;

1. Объем и место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Объем дисциплины

Дисциплина по учебному плану составляет 2 ЗЕ, т.е. 72 ак.ч./54 ас.ч, в том числе 28 ак.ч./21 ас.ч. – контактная работа с преподавателем виде практических занятий (из них 16 в интерактивной форме) и 44 ак.ч./33 ас.ч. - самостоятельная работа обучающихся.

Является дисциплиной по выбору вариативной части учебного плана образовательной программы «Медиаменеджмент»

Место дисциплины в структуре ОП ВО

Б1.В.ДВ.2.1. Управление производством медиа-контента, 1 курсе, 1 семестр ее освоения в соответствии с учебным планом

3. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 1.

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости*, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Введение в современный контекст деятельности продюсера в аудиовизуальной сфере медиа.	10			4		6	Опрос по теме
Тема 2	Управление производством	10			4		6	Работа с литературой

	аудиовизуального контента как предмет и дисциплина							по теме лекции. Подготовка доклада по теме семинарского занятия
Тема 3	Базовые процессы деятельности.	10			4		6	Опрос по теме
Тема 4	Экономическая и творческая эволюция представлений о природе продюсирования	10			4		6	Выступление на семинаре по одной из рассматриваемых концепций
Тема 5	Ресурсы управленческой деятельности.	10			4		6	Опрос по теме
Тема 6	Производство медиаконтента и государственная политика в сфере культуры.	10			4		6	Подготовка выступления на семинаре с кейсом.
Тема 7.	Эволюция представлений о сфере аудиовизуальных медиа.	8			2		4	Опрос по теме
Тема 8.	Оценка успешности аудиовизуальных проектов. Социальная ответственность.	8			2		4	Подготовка выступления на семинаре с кейсом
	Промежуточная аттестация	0	0		0		0	Зачет
	Всего:	72			28		44	

Примечание:

* – формы текущего контроля успеваемости: опрос(О), дискуссия(Д), домашнее задание (ДЗ), контрольная работа (КР), ролевая игра (РИ), тестирование (Т)
форма промежуточной аттестации: экзамен (зачет с оценкой).

Содержание дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)
-------	-----------------------------	---------------------------

Тема 1	Введение в современный контекст деятельности продюсера в аудиовизуальной сфере медиа.	Роль продюсера. Определение деятельности. Различные подходы к продюсированию. Методы экономических и социологических исследований. Понятия рейтинга и доли аудитории. Понятие GRP
Тема 2	Управление производством аудиовизуального контента как предмет и дисциплина	Сущность объекта управления Основные типы управленческой практики. Базовые процессы управленческой деятельности. Социально-культурные параметры менеджмента. Специфика деятельности.
Тема 3	Базовые процессы деятельности.	Базовые процессы управленческой деятельности. Анализ. Организация. Исследование. Проектирование.
Тема 4	Экономическая и творческая эволюция представлений о природе продюсирования.	Анализ успешных аудиовизуальных проектов. Связь культурологической и экономической составляющих.
Тема 5	Ресурсы управленческой деятельности.	Ресурсы деятельности .Рынки. Особенности управления ресурсами в организациях различного типа. Особенности продюсирования аудиовизуального контента.
Тема 6	Производство медиаконтента и государственная политика в сфере культуры.	Особенности экономической деятельности с госфинансированием и частыми инвесторами в сфере медиапродюсирования.
Тема 7	Эволюция представлений о сфере аудиовизуальных медиа.	Эволюция представлений о сфере культуры и ее «социальных» смыслах. Интернет как способ со-организации. Ценность многообразия и сохранение единства управления.
Тема 8	Оценка успешности аудиовизуальных проектов. Социальная ответственность	Показатели эффективности проекта. Экономические и неэкономические

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

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

4.1.1. В ходе реализации дисциплины «Управление производством медиаконтента» используются следующие методы текущего контроля и успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: *нет*
- при проведении занятий семинарского типа: *опрос, выступления студентов с докладами, разбор кейсов*
- при самостоятельной работе: *домашнее задание (ДЗ), подготовка докладов*

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств) – в форме эссе.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Вопросы для опроса:

1. Общая характеристика современного медиаконтента.
 2. Типы современного медиаконтента.
 3. Особенности подготовки современного медиаконтента.
 4. Основные принципы организации современного медиаконтента
 5. Структура медиаконтента
 6. Типы современного медиаконтента
 7. Контекст современного медиаконтента
 8. Классификации современного медиаконтента
 9. Особенности подготовки современного медиаконтента
 10. Картина мира и особенности подготовки медиаконтента
 11. Компоненты медиаконтента
 12. Алгоритмы создания медиаконтента
 13. Приемы выразительности и средства воздействия в подготовке медиаконтента
 14. Элементы общей теории финансового менеджмента и их применение в медиа-менеджменте.
 15. Понятие «медиа- активы».
 16. Типология медиа-активов.
 17. Субъекты собственности и управления медиа-организаций во взаимодействии между собой. Их роли в деятельности медиа-организации.
 18. Конфликты интересов собственников и менеджеров и пути их разрешения.
- Рынок контента в медиа-бизнесе.
19. Субъекты рынка медиа-контента.
 20. Основные продукты российского рынка медиа-контента.
 21. Ценообразование и дистрибуция на рынке медиа-контента.
 22. Понятие риска в финансовом менеджменте.
 23. Риски в управлении активами организации.
 24. Специфика рисков в медиа-бизнесе.
 25. Нерыночные риски в медиа-бизнесе.
 26. Оценка активов организации.
 27. Подходы к проблеме оценки медиа-активов
 28. Процессы слияния и поглощения компаний на рынках.
 29. Основные причины слияний и поглощений.
 30. Специфика процессов слияния и поглощения на медиа-рынках.
 31. Особенности поведения российского и иностранного капитала на рынке российских медиа.

4.3. Оценочные средства для промежуточной аттестации

4.3.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

Код компетенции	Наименование компетенции	Код этапа освоения компетенции	Наименование этапа освоения компетенции
-----------------	--------------------------	--------------------------------	---

ПК-3	способностью разрабатывать стратегические концепции и бизнес-планы проектов, осуществлять руководство проектной деятельностью	1 этап: ПК – 3.1	– способность управлять проектами, сетями, подразделениями, организациями в профессиональной деятельности
ПК-11	способностью разрабатывать планы и программы инновационной деятельности, технико-экономические обоснования инновационных проектов	1 этап: ПК – 11.1	– способность управлять процессом разработки, производства нового продукта и его продвижения на основе применения методик оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании, определения основных рисков

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>
1 этап: ПК – 3.1	Применяет основные методы и принципы делегирования полномочий и ответственности в трудовом коллективе Владеет средствами информационных технологий в практике разработки и реализации бизнес-планов в профессиональной деятельности Использует методы и инструменты управления рисками для принятия управленческих решений по реализации конкретных проектов и решений в профессиональной деятельности	Грамотно применяет основные методы и принципы делегирования полномочий и ответственности в трудовом коллективе Корректно применяет методику составления и практической реализации бизнес- плана с использованием информационных технологий Корректно применяет методы и инструменты управления рисками для принятия управленческих решений по реализации конкретных проектов и решений в профессиональной деятельности

Этап освоения компетенции	Показатель оценивания <i>Что делает обучающийся (какие действия способен выполнить), подтверждая этап освоения компетенции</i>	Критерий оценивания <i>Как (с каким качеством) выполняется действие. Соответствует оценке «отлично» в шкале оценивания в РПД.</i>
1 этап: ПК – 11.1	<p>Проводит маркетинговые исследования рынка нового продукта</p> <p>Применяет методики оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании</p> <p>Рассчитывает цену нового продукта</p> <p>Применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строит экономические, финансовые и организационно-управленческие модели</p> <p>Использует отечественный и международный опыт разработки новых продуктов, внедрения инноваций, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки</p> <p>Разрабатывает маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок</p> <p>Определяет основные риски производства и внедрения нового продукта в своей профессиональной сфере</p>	<p>Самостоятельно проводит маркетинговые исследования рынка нового продукта</p> <p>Корректно применяет методики оценки новых идей, анализа привлекательности нового производства для компании</p> <p>Готов к самостоятельному расчету цены нового продукта</p> <p>Адекватно применяет количественные и качественные методы анализа при принятии управленческих решений и строит экономические, финансовые и организационно-управленческие модели</p> <p>Использует отечественный и международный опыт разработки новых продуктов, внедрения инноваций, получения позитивных результатов с выходом на мировые рынки</p> <p>Разрабатывает маркетинговую политику организации по продвижению новой продукции на рынок</p> <p>Определяет основные риски производства и внедрения нового продукта в своей профессиональной сфере</p>

4.2.2. Форма и средства (методы) проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация проводится в виде зачета в форме написания эссе.

4.3.2 Типовые оценочные средства

Вопросы для промежуточной аттестации. Темы эссе.

1. Методы исследования аудитории масс медиа.
2. Масс медиа - в механизме формирования общественного мнения
Социологическая информация в СМИ (по материалам региональных и центральных газет).
3. Средство массовой информации, массовая коммуникация, масс-медиа, средства

массового общения – к вопросу о дефинициях и генезисе понятий.

4. Маркетинговые способы формирования политического медиадискурса в журналистике.
5. Немаркетинговые способы организации политического медиадискурса в журналистике.
6. Контент-анализ как метод исследования журналистского текста.
7. Эффективность воздействия масс медиа.
8. Модель доминирования и плюралистическая модель взаимодействия власти и масс медиа.
9. Новые технологии в традиционных медиа: зарубежные электронные СМИ
10. Вербальные и невербальные компоненты медиаконтента.
11. Компоненты медиаконтента: функции и особенности использования.
12. Инфографика: функции и особенности использования.
13. Визуализация: функции и особенности использования.
14. Фоторепортаж: функции и особенности использования.
15. Видео: функции и особенности использования.
16. Интерактивные формы взаимодействия с аудиторией.
17. Аудио: функции и особенности использования.
18. Гармонизация различных компонентов контента.
19. Выбор средств воздействия в медиаконтенте в зависимости от статуса и роли коммуникантов.
20. Значение биологических и социальных факторов при выборе средств воздействия в медиаконтенте.
21. Культурные концепты и средства воздействия в медиаконтенте.
22. Прецедентные феномены и средства воздействия в медиаконтенте.
23. Национальные стереотипы и средства воздействия в медиаконтенте.
24. Типы языковой культуры в медиаконтенте.
25. Использование средств разных коммуникативных уровней для создания комического эффекта в медиаконтенте.
26. Языковая игра и прецедентные феномены в медиаконтенте.
27. Прямые тактики речевого воздействия в медиаконтенте.
28. Непрямые тактики речевого воздействия в медиаконтенте.
29. Защита получателя информации от манипуляции в медиаконтенте.
30. Анатомия мультимедийного медиаконтента.
31. Технологии создания мультимедийного контента.
32. Прямые и косвенные тактики воздействия в мультимедийном контенте.
33. Этические проблемы современного медиаконтента.
34. Автоматизация PR-службы: система управления медиаконтентом
35. Универсальное средство управления медиаконтентом

Зачет сдается в письменном виде в форме эссе.

Объем эссе составляет 3500 слов.

В итоговом эссе слушатель должен продемонстрировать свое знание материалов всего курса, владение понятийным аппаратом, умение работать с эмпирическим материалом (включая сбор информации, необходимой для раскрытия темы, критический анализ полученных сведений, использование данных для аргументации своих рассуждений).

Критерии оценки достижения образовательных результатов

Основными критериями оценки являются: качество и глубина усвоения учебного материала, самостоятельность и оригинальность мышления, логика и ясность изложения, умелая аргументация собственных позиций и решений, владение эмпирическим материалом, качество и объем использованных источников, грамотная подача материала.

При оценке итоговой работы (эссе) учитывается также:

- Логика построения работы и логика изложения,
- Качество аргументации
- Качество (релевантность) использованных источников
- Степень самостоятельности в рассуждениях
- Стил ь изложения
- Оформление работы: структурированность текста, грамотность и аккуратность

Шкала оценивания для промежуточной аттестации:

Основой для определения оценки служит уровень усвоения студентами материала, предусмотренного данной рабочей программой, и сформированность навыков в соответствии с этапом компетенции.

Знания, умения, навыки студента на зачете оцениваются:

«зачет» - положительный результат,

«незачет» - неудовлетворительно, зачет не сдан.

зачет	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – 51-100%
незачет	Ответ соответствует показателям и критериям оценивания – < 50%

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Процесс обучения по дисциплине «Современный медиарынок» включает следующие сновные виды занятий:

1. практические занятия;
2. самостоятельная работа.

Подготовку к практическому занятию рекомендуется проводить по следующему плану:

1. внимательно прочитайте материал лекций относящихся к данному семинарскому занятию, ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям;
2. выпишите основные термины;
3. законспектируйте главы из основных источников литературы, соответствующие изучаемой теме;
4. уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными и постарайтесь получить на них ответ заранее (до семинарского занятия) во время текущих консультаций преподавателя;
5. готовиться можно индивидуально, парами или в составе малой группы, последние являются эффективными формами работы;

Получение углубленных знаний по изучаемой дисциплине достигается за счет дополнения часов аудиторной нагрузки самостоятельной работой студентов, которая выражается в

анализе дополнительной литературы по учебной дисциплине по отдельным темам учебной программы.

При изучении дисциплины предусматривается обеспечение гармоничной взаимосвязи между аудиторной и самостоятельной работой студентов, для чего в рамках курса предлагается набор активных и интерактивных методов занятий в развитие сюжетов, рассмотренных в рамках лекций и практических занятий.

Выпускник должен обладать широкими профессиональными качествами, в том числе способностью к самообразованию и саморазвитию. Формирование этих качеств являются обязательными компонентами учебно-воспитательного процесса в университете. В решении этой задачи значительная роль отводится самостоятельной работе как одной из важнейших видов учебной деятельности студента. Наряду с лекциями и практическими занятиями самостоятельная работа составляет систему университетского образования. Самостоятельная работа должна занимать примерно половину учебного времени студента и включает следующие виды деятельности: проработка лекционного материала, написание рефератов и докладов, подготовка презентаций, работа в мастер-классах, круглых столах, выполнение контрольных работ, изучение по первоисточникам и учебникам программного материала не изложенного на лекциях, научно-исследовательская работа и т.д. Самостоятельная работа по теме должна помочь приобрести соответствующие знания и умения:

- 1) уметь определять факторы, оказывающие влияние на политические, экономические процессы в обществе;
- 2) понимать цели и значение медиарынка в современном обществе;
- 3) знать функции экономики и менеджмента СМИ, этапы формирования имиджа издания, приемы рекламного воздействия на читателя.

Все самостоятельные работы студента должны представлять собой целостную, однородную и завершенную учебно-научную работу. Должны быть четко сформулированы: исследуемые вопросы, цели и задачи проблемы. Работа студента должна быть написана научным языком, особо обращать внимание на точность и однозначность терминологии.

Любой вид самостоятельной работы студента имеет несколько этапов и приемов:

1. повторение пройденного теоретического материала и проработка лекции;
2. определение цели самостоятельной работы;
3. уяснение задачи поставленной проблемы;
4. разработка плана действия (выбор путей и средств для решения задачи) и определение вопросов к практическому занятию;
5. выбор литературы;
6. конспектирование первоисточников и литературы;
7. подведение итогов и детализация собственных выводов.

Основной целью семинарских занятий является контроль за степенью усвоения пройденного материала и ходом выполнения студентами самостоятельной работы, обсуждение наиболее сложных и спорных вопросов в рамках темы семинарского занятия. Для успешной подготовки устных сообщений на семинарских занятиях и письменных заданий для самостоятельной работы по всем темам студенты должны, кроме рекомендуемой к изучению литературы, использовать публикации по изучаемой теме в периодических, продолжающихся изданиях, научно-технических сборниках.

Важным моментом самостоятельной работы является умение работать с литературой, нормативными документами, с газетными тестами, архивным видеоматериалом. Работа с литературой состоит из целого ряда приемов, в том числе структурирование, анализ, сопоставление, запоминание, смысловое воспроизведение прочитанного в письменной и устной форме. Анализируя источник, главной задачей студентам является наиболее полно и точно восстановить исследуемый период, в частности, политическое устройство, экономическое развитие, развитие медиарынка

России. Самостоятельная работа должна носить систематический характер, быть интересной и привлекательной для студента. Результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем и учитываются при аттестации студента (промежуточный контроль, зачет с оценкой).

Для расширения знаний по дисциплине рекомендуется использовать Интернет-ресурсы: проводить поиск в различных поисковых системах, таких как www.rambler.ru, www.yandex.ru, www.google.ru, www.yahoo.ru, работать с действующим законодательством в справочной правовой системе «Гарант» и использовать материалы специализированных сайтов, рекомендованных преподавателем на лекционных занятиях.

При подготовке к зачету следует руководствоваться перечнем вопросов для подготовки к итоговому контролю. При этом, прежде всего, следует уяснить суть основных понятий дисциплины, проработать учебные материалы основной и дополнительной литературы, а также литературы из электронно-библиотечной системы, рекомендованных для изучения дисциплины.

Подготовка к практическим занятиям. Подготовку к каждому практическому занятию студент должен начать с ознакомления с планом практического занятия, который отражает содержание предложенной темы. Тщательное продумывание и изучение вопросов плана основывается на проработке текущего материала лекции, а затем изучения обязательной и дополнительной литературы, рекомендованной к данной теме. Все новые понятия по изучаемой теме необходимо выучить наизусть и внести в глоссарий, который целесообразно вести с самого начала изучения курса. Результат такой работы должен проявиться в способности студента свободно ответить на теоретические вопросы практикума, его выступлении и участии в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильном выполнении практических заданий и контрольных работ. В процессе подготовки к практическим занятиям, студентам необходимо обратить особое внимание на самостоятельное изучение рекомендованной литературы. При всей полноте конспектирования лекции в ней невозможно изложить весь материал из-за лимита аудиторных часов.

Поэтому самостоятельная работа с учебниками, учебными пособиями, научной, справочной литературой, материалами периодических изданий и Интернета является наиболее эффективным методом получения дополнительных знаний, позволяет значительно активизировать процесс овладения информацией, способствует более глубокому усвоению изучаемого материала, формирует у студентов свое отношение к конкретной проблеме. Рекомендации по написанию практических работ / индивидуальных заданий. Рекомендации по работе с литературой. Работу с литературой целесообразно начать с изучения общих работ по теме, а также учебников и учебных пособий. Далее рекомендуется перейти к анализу монографий и статей, рассматривающих отдельные аспекты проблем, изучаемых в рамках курса, а также официальных материалов и неопубликованных документов (научно-исследовательские работы, диссертации), в которых могут содержаться основные вопросы изучаемой проблемы.

Работу с источниками надо начинать с ознакомительного чтения, т.е. просмотреть текст, выделяя его структурные единицы. При ознакомительном чтении закладками отмечаются те страницы, которые требуют более внимательного изучения. В зависимости от результатов ознакомительного чтения выбирается дальнейший способ работы с источником. Если для разрешения поставленной задачи требуется изучение некоторых фрагментов текста, то используется метод выборочного чтения. Если в книге нет подробного оглавления, следует обратить внимание ученика на предметные и именные указатели. Избранные фрагменты или весь текст (если он целиком имеет отношение к теме) требуют вдумчивого, неторопливого чтения с «мысленной проработкой» материала.

Такое чтение предполагает выделение:

- 1) главного в тексте;

- 2) основных аргументов;
- 3) выводов.

Особое внимание следует обратить на то, вытекает тезис из аргументов или нет. Необходимо также проанализировать, какие из утверждений автора носят проблематичный, гипотетический характер и уловить скрытые вопросы. Понятно, что умение таким образом работать с текстом приходит далеко не сразу. Наилучший способ научиться выделять главное в тексте, улавливать проблематичный характер утверждений, давать оценку авторской позиции – это сравнительное чтение, в ходе которого студент знакомится с различными мнениями по одному и тому же вопросу, сравнивает весомость и доказательность аргументов сторон и делает вывод о наибольшей убедительности той или иной позиции. Если в литературе встречаются разные точки зрения по тому или иному вопросу из-за сложности прошедших событий и правовых явлений, нельзя их отвергать, не разобравшись. При наличии расхождений между авторами необходимо найти рациональное зерно у каждого из них, что позволит глубже усвоить предмет изучения и более критично оценивать изучаемые вопросы. Знакомясь с особыми позициями авторов, нужно определять их схожие суждения, аргументы, выводы, а затем сравнивать их между собой и применять из них ту, которая более убедительна. Следующим этапом работы с литературными источниками является создание конспектов, фиксирующих основные тезисы и аргументы. Можно делать записи на отдельных листах, которые потом легко систематизировать по отдельным темам изучаемого курса. Другой способ – это ведение тематических тетрадей-конспектов по одной какой-либо теме. Большие специальные работы монографического характера целесообразно конспектировать в отдельных тетрадях. Здесь важно вспомнить, что конспекты пишутся на одной стороне листа, с полями и достаточным для исправления и ремарок межстрочным расстоянием (эти правила соблюдаются для удобства редактирования). Если в конспектах приводятся цитаты, то непременно должно быть дано указание на источник (автор, название, выходные данные, № страницы). Впоследствии эта информация может быть использована при написании текста реферата или другого задания.

Таким образом, при работе с источниками и литературой важно уметь:

- сопоставлять, сравнивать, классифицировать, группировать, систематизировать информацию в соответствии с определенной учебной задачей;
- обобщать полученную информацию, оценивать прослушанное и прочитанное;
- фиксировать основное содержание сообщений; формулировать, устно и письменно, основную идею сообщения; составлять план, формулировать тезисы;
- готовить и презентовать развернутые сообщения типа доклада;
- работать в разных режимах (индивидуально, в паре, в группе), взаимодействуя друг с другом;
- пользоваться реферативными и справочными материалами;
- контролировать свои действия и действия своих товарищей, объективно оценивать свои действия;
- обращаться за помощью, дополнительными разъяснениями к преподавателю, другим студентам.
- пользоваться лингвистической или контекстуальной догадкой, словарями различного характера, различного рода подсказками, опорами в тексте (ключевые слова, структура текста, предваряющая информация и др.);
- использовать при говорении и письме перифраз, синонимичные средства, слова-описания общих понятий, разъяснения, примеры, толкования, «словотворчество»;
- повторять или перефразировать реплику собеседника в подтверждении понимания его высказывания или вопроса;
- обратиться за помощью к собеседнику (уточнить вопрос, переспросить и др.);
- использовать мимику, жесты (вообще и в тех случаях, когда языковых средств не хватает для выражения тех или иных коммуникативных намерений).

Подготовка к промежуточной аттестации:

На первом занятии преподаватель информирует обучающихся о применяемой системе текущего контроля успеваемости и форме промежуточной аттестации.

Во время последующих аудиторных занятий – доводит до студентов информацию о результатах текущего контроля успеваемости.

К промежуточной аттестации необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить дисциплину в период зачётно-экзаменационной сессии, как правило, показывают не удовлетворительные результаты. В самом начале изучения учебной дисциплины познакомьтесь со следующей учебно-методической документацией:

1. программой дисциплины;
2. перечнем знаний и умений, которыми студент должен владеть;
3. тематическими планами лекций, семинарских занятий;
4. контрольными мероприятиями;
5. учебником, учебными пособиями по дисциплине, а также
6. электронными ресурсами;
7. типовым вариантом задания к промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата проводится на общих основаниях, при необходимости процедура может быть реализована дистанционно (например, при помощи программы Skype). Для этого по договоренности с преподавателем студент в определенное время выходит на связь для проведения процедуры. В таком случае вопросы и практическое задание выбираются самим преподавателем.

Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю):

Тема 1. Введение в современный контекст деятельности продюсера в аудиовизуальной сфере медиа.

Литература:

1. Bell E., Davison J. Visual management studies: Empirical and theoretical approaches //International Journal of Management Reviews. – 2013. – Т. 15. – №. 2. – С. 167-184.
2. Castells M. Technopoles of the world: The making of 21st century industrial complexes. – Routledge, 2014.
3. Giacalone R. A., Rosenfeld P. Impression management in the organization. – Psychology Press, 2013.
4. Roulin N., Bangerter A., Levashina J. Interviewers' perceptions of impression management in employment interviews //Journal of Managerial Psychology. – 2014. – Т. 29. – №. 2. – С. 141-163.
5. Tedeschi J. T. (ed.). Impression management theory and social psychological research. – Academic Press, 2013.
6. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012.
7. Пайн Дж. Б., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005. Метод доступа: <http://lib.rus.ec/b/95960/read#t2>

Тема 2. Управление производством аудиовизуального контента как предмет и дисциплина

Семинарское занятие

Литература:

1. Kroon R. W. A/VA to Z: an encyclopedic dictionary of media, entertainment and other

audiovisual terms. – McFarland, 2014.

2. Lopez-de-Quintana-Saenz E. Traits and trajectories of audiovisual documentation: achievements, challenges and chimeras. – 2014.

3. Naldi L., Wikström P., Von Rimscha M. B. Dynamic capabilities and performance: an empirical study of audiovisual producers in Europe //International Studies of Management & Organization. – 2014. – Т. 44. – №. 4. – С. 63-82.

Тема 3. Базовые процессы деятельности.

Литература:

1. Leroy H. et al. Authentic leadership, authentic followership, basic need satisfaction, and work role performance: A cross-level study //Journal of Management. – 2015. – Т. 41. – №. 6. – С. 1677-1697.

2. Rosemann M., vom Brocke J. The six core elements of business process management //Handbook on business process management 1. – Springer Berlin Heidelberg, 2015. – С. 105-122.

3. Shafritz J. M., Ott J. S., Jang Y. S. Classics of organization theory. – Cengage Learning, 2015.

4. Winston W. L., Albright S. C. Practical management science. – Nelson Education, 2015.

Тема 4. Экономическая и творческая эволюция представлений о природе продюсирования.

Семинарское занятие

Литература:

1. Bordwell D., Carroll N. (ed.). Post-theory: Reconstructing film studies. – University of Wisconsin Press, 2012.

2. Nelmes J. (ed.). Introduction to film studies. – Routledge, 2012.

3. Rosenthal A., Eckhardt N. Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Digital Videos. – SIU Press, 2015.

4. Дункан, Джек. Основопологающие идеи в менеджменте. Уроки основоположников менеджмента и управленческой практики. Пер с англ. - М.: Дело, 1996. Метод доступа: <http://www.shturmuy.ru/files/45b0b41721fd1.pdf>

Тема 5. Ресурсы управленческой деятельности.

Литература:

1. Kerzner H. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. – John Wiley & Sons, 2013.

2. Бенвенисте, Гай. Овладение политикой планирования. М, Прогресс, 1994.

3. Кунде Й. Уникальность теперь. или никогда. - СПб.: Стокгольмская школа экономики в Санкт-Петербурге, 2005.

4. Менеджмент: Учебник / О.С. Виханский, А.И. Наумов. - 6-е изд., перераб. и доп. - М.: Магистр: НИЦ ИНФРА-М, 2016. - 656 с.

Тема 6. Производство медиаконтента и государственная политика в сфере культуры.

Семинарское занятие

Литература:

1. Chadwick A. The hybrid media system: Politics and power. – Oxford University Press, 2013.

2. Friedrichsen M., Mühl-Benninghaus W. Handbook of social media management. – Heidelberg: Springer Science+ Business Media, 2013.

3. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. – NYU press, 2013.

4. Picard R. G. (ed.). Media product portfolios: Issues in management of multiple products and services. – Routledge, 2014.

Тема 7. Эволюция представлений о сфере аудиовизуальных медиа.

Литература:

1. Díaz-Cintas J., Remael A. Audiovisual Translation, Subtitling. – Routledge, 2014.
2. Miklitsch R. Roll over Adorno: critical theory, popular culture, audiovisual media. – SUNY Press, 2012.
3. Зуев С.Э. Культурные сети (опыт проблемного анализа) // Панорама культурной жизни стран СНГ и Балтии. - М.,1996.

Тема 8. Оценка успешности аудиовизуальных проектов. Социальная ответственность.

Семинарское занятие

Литература:

1. Andriopoulos C., Dawson P. Managing Change, Creativity and Innovation. - SAGE Publications Ltd, 2009.
2. Silverstone R. Media and morality: On the rise of the mediapolis. – John Wiley & Sons, 2013.

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

6.1. Основная литература:

1. Майкл Стелзнер Контент-маркетинг [Электронный ресурс] : новые методы привлечения клиентов в эпоху Интернета / Стелзнер Майкл. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2013. — 282 с. — 978-5-91657-620-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39246.html>
2. Черных А. Мир современных медиа [Электронный ресурс] : монография / А. Черных. — Электрон. текстовые данные. — М. : ИД Территория будущего, 2007. — 312 с. — 5-91129-037-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7300.html>
3. Нестеренко Н.А. Контент-менеджмент [Электронный ресурс] : универсальный инструмент для заработка в интернете / Н.А. Нестеренко, А.В. Шантарин. — Электрон. текстовые данные. — М. : СОЛОН-ПРЕСС, 2014. — 256 с. — 978-5-91359-143-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/53830.html>
4. Роберт Роуз Управление контент-маркетингом [Электронный ресурс] : практическое руководство по созданию лояльной аудитории для вашего бизнеса / Роуз Роберт, Пулицци Джо. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 228 с. — 978-5-00057-076-0. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39436.html>
5. Велитченко С. Язык и стиль современных масс-медиа [Электронный ресурс] : учебное пособие / С. Велитченко. — Электрон. текстовые данные. — Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012. — 150 с. — 978-601-247-398-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/61244.html>
6. Кметь Е.Б. Маркетинговые коммуникации. Теория, практика, управление [Электронный ресурс] : учебник для магистров / Е.Б. Кметь. — Электрон. текстовые данные. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2016. — 183 с. — 978-5-9908055-3-8. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/54491.html>
7. Антикризисное управление. Теория и практика [Электронный ресурс] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям экономики и управления / В.Я. Захаров [и др.]. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 304 с. — 978-5-238-01513-2. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/7034.html>
8. Шевкунова В.П. Управление качеством [Электронный ресурс] : учебное

пособие для студентов специальности 080502.65 Экономика и управление на предприятии (таможня) / В.П. Шевкунова, Е.Н. Пьянкова. — Электрон. текстовые данные. — Владивосток: Владивостокский филиал Российской таможенной академии, 2009. — 126 с. — 978-5-9590-0520-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/25804.html>

9. Малышев С.Л. Управление электронным контентом [Электронный ресурс] / С.Л. Малышев. — Электрон. текстовые данные. — М. : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), 2016. — 124 с. — 2227-8397. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39571.html>

10. Ли Одден Продающий контент [Электронный ресурс] : как связать контент-маркетинг, SEO и социальные сети в единую систему / Одден Ли. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. — 369 с. — 978-5-91657-895-9. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/39364.html>

6.2. Дополнительная литература:

1. Нордстрем К. Бизнес в стиле фанк: капитал пляшет под дудку таланта. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2012.

2. Долгин А. Б. Экономика символического обмена. М.: Инфра-М, 2006.

3. Кастельс, М. Информационная эпоха. - М., ГУ ВШЭ, 2000.

4. Хокинс Дж. Креативная экономика: Как превратить идеи в деньги. - М.: Классика - XXI век, 2011. - 256 с.

1. Bordwell D., Carroll N. (ed.). Post-theory: Reconstructing film studies. – University of Wisconsin Press, 2012.

2. Castells M. Technopoles of the world: The making of 21st century industrial complexes. – Routledge, 2014.

3. Chadwick A. The hybrid media system: Politics and power. – Oxford University Press, 2013.

4. Friedrichsen M., Mühl-Benninghaus W. Handbook of social media management. – Heidelberg: Springer Science+ Business Media, 2013.

5. Giacalone R. A., Rosenfeld P. Impression management in the organization. – Psychology Press, 2013.

6. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. – NYU press, 2013.

7. Kerzner H. Project management: a systems approach to planning, scheduling, and controlling. – John Wiley & Sons, 2013.

8. Kroon R. W. A/VA to Z: an encyclopedic dictionary of media, entertainment and other audiovisual terms. – McFarland, 2014.

9. Lopez-de-Quintana-Saenz E. Traits and trajectories of audiovisual documentation: achievements, challenges and chimeras. – 2014.

10. Nelmes J. (ed.). Introduction to film studies. – Routledge, 2012.

11. Picard R. G. (ed.). Media product portfolios: Issues in management of multiple products and services. – Routledge, 2014.

12. Rosenthal A., Eckhardt N. Writing, Directing, and Producing Documentary Films and Digital Videos. – SIU Press, 2015.

13. Shafritz J. M., Ott J. S., Jang Y. S. Classics of organization theory. – Cengage Learning, 2015.

14. Silverstone R. Media and morality: On the rise of the mediapolis. – John Wiley & Sons, 2013.

15. Andriopoulos C., Dawson P. Managing Change, Creativity and Innovation. - SAGE Publications Ltd, 2009.

16. Armstrong M. Strategic human resource management. - London, Kogan Page

Limited, 2000.

17. Bate P. Strategies for cultural change. - Butterworth & Heinemann, 1994.
18. Bell E., Davison J. Visual management studies: Empirical and theoretical approaches //International Journal of Management Reviews. – 2013. – Т. 15. – №. 2. – С. 167-184.
19. Bilton C. Management and creativity: from creative industries to creative management. - Wiley-Blackwell, 2007
20. Bryman A., Bell E. Business research methods. - Oxford University Press, 2007
21. Bryson A.E. Dynamic optimization. - Menlo Park, CA: Addison Wesley Longman, 1999.
22. Byrnes, William. Management and the arts. Oxford, 1999.
23. From maestro to manager. // Ed. by M. Fitzgibbon, A. Kelly. Dublin, Oak Tree Press, 1997.
24. Leroy H. et al. Authentic leadership, authentic followership, basic need satisfaction, and work role performance: A cross-level study //Journal of Management. – 2015. – Т. 41. – №. 6. – С. 1677-1697.
25. Naldi L., Wikström P., Von Rimscha M. B. Dynamic capabilities and performance: an empirical study of audiovisual producers in Europe //International Studies of Management & Organization. – 2014. – Т. 44. – №. 4. – С. 63-82.
26. Rosemann M., vom Brocke J. The six core elements of business process management //Handbook on business process management 1. – Springer Berlin Heidelberg, 2015. – С. 105-122.
27. Roulin N., Bangerter A., Levashina J. Interviewers' perceptions of impression management in employment interviews //Journal of Managerial Psychology. – 2014. – Т. 29. – №. 2. – С. 141-163.
28. Sekaran U., Bougie R. Research Methods for Business: A Skill Building Approach. - John Wiley and Sons, 2009
29. Smallbone D., Welter F. Entrepreneurship and small business development in post-socialist economies. - Routledge, 2008.
30. Tedeschi J. T. (ed.). Impression management theory and social psychological research. – Academic Press, 2013.
31. Zwick R., Rapoport A. Experimental Business Research: Economic and managerial perspectives. - Springer, 2005.
32. Winston W. L., Albright S. C. Practical management science. – Nelson Education, 2015.
33. Адизес И. К. Управляя изменениями. – Издательство «Манн, Иванов и Вербер», Москва, 2014.
34. Адизес И. К. Как преодолеть кризисы менеджмента. - Санкт-Петербург: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2006.
35. Барроу П. Бизнес-план, который работает. – Москва: Альпина Бизнес Букс, 2007.
36. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. Опыт социального прогнозирования. М.: "Academia", 1999.
37. Гиус А. Живая компания: рост, научение и долгожительство в деловой среде. - Москва: Изд-во Манн, Иванов и Фербер, 2010.
38. Грэттон Л. Демократическое предприятие: раскрепощение бизнеса благодаря свободе, гибкости и приверженности. - Санкт-Петербург: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
39. Коллинз Д. С. От хорошего к великому. Почему одни компании совершают прорыв, а другие нет... - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2010.
40. Коллинз Д. С. Построенные навечно: успех компаний, обладающих видением. - Санкт-Петербург: Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005

41. Маркидес К. Все верные решения: руководство по созданию стратегий прорыва. - СПб. : Стокгольм. шк. экономики в Санкт-Петербурге, 2005.
42. Нордстрем, К. Бизнес в стиле фанк навсегда: капитализм в удовольствие. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2011
43. Ортега-и-Гассет, Хосе. Эстетика. Философия культуры. - М., Искусство, 1991.
44. Особенности стратегического планирования развития городов в постсоветских странах. - С.Пб., 2000.
45. Пайн Дж. Б., Гилмор Дж. Х. Экономика впечатлений: работа – это театр, а каждый бизнес – сцена. – М.: Вильямс, 2005.
46. Риддерстрале Й. Караоке-капитализм. Менеджмент для человечества. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2009.
47. Стратегии, которые работают. Подход BCG: сборник статей. - Москва: Манн, Иванов и Фербер, 2007
48. Уткин Э.А. История менеджмента. - М.: Ассоциация авторов и издателей "Тандем": Издательство ЭКМОС, 1997.
49. Файоль А., Эмерсон Г., Тейлор Ф., Форд Г. Управление - это наука и искусство. М., 1992.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.

см. п.5

6.4. Нормативные правовые документы.

6.5. Интернет-ресурсы.

1. 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>
2. Журнал «Сообщение» <http://www.soob.ru/>
3. Классические и современные техники создания креативной рекламы. // <http://www.advertology.ru/article23774.htm>
4. Кому принадлежат российские СМИ. Карта бизнеса – 2007. Журнал «РБК». Июнь, 2007 http://compromat.ru/page_20776.htm
5. Медиа-проект «Национальный проект» <http://www.nazaccent.ru/>
6. Независимая газета-регионы <http://www.ng.ru/ngregions/>
7. Портал о рекламе, PR, маркетинге <http://www.sostav.ru/>
8. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>
9. Радиопрограмма «Народы России» М. Лянге <http://www.radiorus.ru/section.html?rid=456>
10. Тематический портал «Наука о рекламе» <http://www.advertology.ru/>
11. Фестиваль этнических культур «ЭТНО-ФЕСТ <http://www.ethno-fest.ru/>
12. Шумилина Н. Радиореклама должна работать, а не просто «звучать»// <http://www.advertology.ru/article3858.htm>

6.6. Иные источники.

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

Список учебно-лабораторного оборудования

Практические занятия проводятся в специальных аудиториях, оборудованных видео- и

мультимедиа-проектором, универсальной доской.

Программные, технические и электронные средства обучения и контроля знаний студентов.

1. Доступ к коллекциям электронных баз данных в библиотеке Школы для самостоятельной работы слушателей
2. Электронная почта слушателей для рассылок программных заданий для самостоятельной работы и/или доступ к выкладкам на сайте факультета
3. Копировальный аппарат для подготовки раздаточного материала.

а) требования к программному обеспечению

Компьютер (ноутбук) в аудитории должен иметь программное обеспечение Power Point; кодаки, позволяющие проигрывать видео- и аудио- файлы всех актуальных форматов.