

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный гуманитарный университет»
(ФГАОУ ВО «РГГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ
Кафедра телевизионных, радио- и Интернет - технологий

ЭКОНОМИКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

55.05.04 Продюсерство

Код и наименование направления подготовки/специальности

Продюсер мультимедиа

Наименование направленности (профиля)/ специализации

Уровень высшего образования: *специалитет*

Форма обучения: *очная*

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2025

Экономика креативных индустрий
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Канд.экон.наук, доцент кафедры телевизионных, радио- и Интернет – технологий
В.И. Ярных

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ТРИТ
№ 12 от 18.11.2024

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка.....	4
1.1. Цель и задачи дисциплины.....	4
1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций.....	4
1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
2. Структура дисциплины.....	6
3. Содержание дисциплины.....	6
4. Образовательные технологии.....	7
5. Оценка планируемых результатов обучения.....	8
5.1 Система оценивания.....	8
5.2 Критерии выставления оценки по дисциплине.....	9
5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине.....	11
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	17
6.1 Список источников и литературы.....	17
6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».....	18
6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы.....	19
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины.....	19
8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов.....	19
9. Методические материалы.....	22
9.1 Планы семинарских/ практических/ лабораторных занятий.....	22
9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ.....	23
9.3 Иные материалы.....	23
Приложение 1. Аннотация рабочей программы дисциплины.....	27

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель: формирование у студентов знаний о технологиях современной медиаэкономики, позволяющих эффективно управлять медиаорганизациями и медиапроектами в современной медиасреде.

Задачи:

1. Познакомить студентов с основными составляющими понятия «экономика креативных индустрий»;
2. Дать представление об основных подходах к пониманию системы и процесса экономики креативных индустрий;
3. Систематизировать знания о методах и технологиях экономики креативных индустрий, применяемых при управлении современными медийными проектами и медиаорганизациями;
4. Научить студентов на практике применять методы и технологии экономики креативных индустрий и определять специфику их применения в зависимости от стратегических и тактических задач.

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы достижения компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ОПК-4. Способен распознавать художественную, общественную и коммерческую ценность творческого проекта, генерировать идеи создания новых проектов в области экранных или	ОПК-4.1. знает условия, необходимые для реализации творческого проекта и умеет анализировать спрос на творческие проекты	Знать: методы и подходы к реализации медиапродуктов. Уметь: определять полноту и достаточность полученной информации выявлять ключевые характеристики медиапродукта. Владеть: технологиями

исполнительских искусств		анализа и решения в ходе различных ситуаций в экономике креативных индустрий.
	ОПК - 4.2. умеет оценивать художественно производственный потенциал выдвигаемого проекта и владеет навыками разработки бизнес-плана творческого проекта	Знать: критерии отбора информации для оценки потенциала медиапродукта. Уметь: отбирать технологии оценки потенциала творческого проекта . Владеть: навыками эффективного продвижения творческого проекта.

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Экономика креативных индустрий » относится к обязательной части учебного плана.

2. Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 6 з.е., 216 академических часов.

Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
4	Лекции	20
	Практические занятия	22
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
5	Лекции	20
	Практические занятия	22
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов, из них 18 часов отводится на подготовку к промежуточной аттестации

3. Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Феномен «медиаэкономики» Макроэкономика.	Основные законы, понятия и термины медиаэкономики. Трансформация медиаэкономики в историческом аспекте и продуктовом аспекте. Понятие макроэкономики и микроэкономики.
2	Современное состояние и главные тенденции развития современной мировой медиаэкономики	Двойственный характер медиарынка. Массовость и фрагментарность аудитории. Конвергенция СМИ. Экономика различий, экономика впечатлений, экономика внимания
3	Методы и способы монетизации контента.	Влияние двойственности рынка на доходы медиапроектов и медиапредприятий.

	Взаимодействие с рекламодателями. Монетизация услуги в экономике креативных индустрий	Способы монетизации контента. Взаимодействие с рекламодателями
4	Основные финансовые понятия. Микроэкономика медиапредприятия	Основные финансовые понятия. Доходы и расходы в медиаиндустрии. Понятие прибыли. Ценообразование в экономике креативных индустрий.

4. Образовательные технологии

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

4 семестр

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работ	Всего
Текущий контроль:		
-доклад	30 баллов	30 баллов
-подготовка аналитической работы	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация (зачет)		40 баллов
Итого		100 баллов

5 семестр

Форма контроля	Макс. количество баллов
----------------	-------------------------

	За одну работ	Всего
Текущий контроль:		
- доклад	30 баллов	30 баллов
- подготовка аналитической работы	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация (экзамен)		40 баллов
Итого		100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82	хорошо		C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55		E	
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A, B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся исчерпывающе и логически

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения. Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и, по существу, излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
67-50/ D, E	«удовлетворительно»/ «зачтено (удовлетворительно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		<p>необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами. Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>
49-0/ F, FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации. Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами. Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине. Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

4 семестр

Примерный перечень тем для докладов ОПК-4.1, ОПК – 4.2.

1. Понятия «СМИ» и «медиа». Соотнесение и разграничение.
2. Понятия «медиапродукт», «медианоситель».
3. Жизненный цикл медиапродукта.
4. Понятия «медиасистема», «медиарынок».

5. Географический рынок СМИ. Национальные, региональные и местные СМИ.
6. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг.
7. Сектора рынка СМИ. СМИ пассивного и активного потребления.
8. Старые и новые СМИ. Конвенгерция и мультимедиа.
9. СМИ индивидуального и коллективного потребления.
10. Виды капитала на рынке СМИ. Диверсификация капитала.
11. Формы собственности на рынке СМИ.
12. Типы концентрации СМИ.
13. Понятия «концерн», «холдинг», «конгломерат».
14. Основные этапы развития газетной индустрии.
15. Типы рыночных структур на газетном рынке.
16. Современные тенденции развития современного рынка.
17. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии.
18. Основные модели телевизионной индустрии.
19. Технологии распространения телесигнала.
20. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран.
21. Модели общественного вещания .
22. Эволюция рыночной стратегии радиовещания.
23. Типы радиостанций.
24. Экономические особенности радиоиндустрии.
25. Экономические преимущества контента перед традиционными СМИ.
26. Организация кабельной индустрии.
27. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция.
28. Организационно-правовые формы медиапредприятий.
29. Основные показатели медиапланирования.

Критерии оценивая доклада:

25-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

20-24 баллов - Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

10-19 баллов - Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-9 баллов - Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Подготовка аналитической работы ОПК - 4.1 и ОПК - 4.2

Студенту необходимо подготовить аналитическую работу в виде презентации по одной из изученных тем.

В аналитической работе обязательно должны быть примеры из деятельности студента и рекомендации по имплементации новых инструментов управления подчинением в работу.

Примерный перечень тем для аналитической работы:

1. Роль СМИ в современной медиаэкономике.
2. Какие аспекты рынка периодических изданий вы знаете?
3. На какие секторы разделяется территориальный рынок?
4. Каковы перспективы развития рынка покупателей сетевой информации.
5. Какие источники финансовых средств могут найти руководителя редакции на финансовом рынке.
6. Структура современной медиасистемы.
7. Информационно богатые рынки СМИ.
8. Концепции медиаэкономики.
9. СМИ – сдвоенный рынок товаров и услуг.

10. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
11. Типы рекламы в СМИ.
12. Спрос и предложение в медиаэкономике.
13. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
14. Современные тенденции развития газетного рынка.
15. Экономические особенности журнальной индустрии.
16. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии.
17. Интернет-вещание.
18. Стратегии конкурентноспособного программирования.
19. Бизнес-модели онлайн-СМИ.
20. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.
21. Реклама как статья доходной части редакционного бюджета.
22. Суть ценовой политики редакции.

Критерии оценивая аналитической работы:

25-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

20-24 баллов - Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

10-19 баллов - Присутствуют серьезные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-9 баллов - Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

**Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (зачет)
ОПК – 4.1. и ОПК -4.2.**

1. Индустрия СМИ в современной экономике. Специфика медиаотрасли

2. Двойственный характер медиарынка. Экономический и маркетинговый аспект.
3. Сегменты медиарынка. Позиционирование и продвижение СМИ на информационном рынке.
4. Тенденции развития рекламы на медиарынке.
5. Факторы, оказывающие влияние на формирование бизнес-плана СМИ.
6. Методы маркетинга на рынке СМИ. Маркетинговые кампании и акции.
7. Рекламная кампания: планирование, этапы, инструменты, оценка результатов
8. Проблема дистрибуции продукции средств массовой информации. Методы дистрибуции.
9. Этапы создания бизнес-плана СМИ. Основные разделы бизнес-плана СМИ.
10. Понятие издержек. Постоянные и переменные издержки / расходы.
11. Понятие издержек. Операционные и капитальные расходы
12. Понятие доходов. Структура доходной части бюджета.
13. Понятие расходов. Структура расходной части бюджета.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

5 семестр

Примерный перечень тем для докладов ОПК-4.1, ОПК – 4.2.

1. Типы рыночных структур на газетном рынке.
2. Современные тенденции развития современного рынка.
3. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии.
4. Основные модели телевизионной индустрии.
5. Технологии распространения телесигнала.
6. Коммерческие телеканалы на медиарынках развитых стран.
7. Модели общественного вещания .
8. Эволюция рыночной стратегии радиовещания.
9. Типы радиостанций.
10. Экономические особенности радиоиндустрии.
11. Экономические преимущества контента перед традиционными
12. СМИ.
13. Организация кабельной индустрии.
14. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция.
15. Организационно-правовые формы медиапредприятий.
16. Основные показатели медиапланирования.

Критерии оценивая доклада:

25-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

20-24 баллов - Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

10-19 баллов - Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-9 баллов - Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Подготовка аналитической работы ОПК - 4.1 и ОПК - 4.2

Студенту необходимо подготовить аналитическую работу в виде презентации по одной из изученных тем.

В аналитической работе обязательно должны быть примеры из деятельности студента и рекомендации по имплементации новых инструментов управления подчинением в работу.

Примерный перечень тем для аналитической работы:

1. Типы рекламы в СМИ.
2. Спрос и предложение в медиаэкономике.
3. Типы рыночных структур в медиаиндустрии.
4. Современные тенденции развития газетного рынка.
5. Экономические особенности журнальной индустрии.
6. Аудиовизуальный сектор в медиаиндустрии.
7. Интернет-вещание.
8. Стратегии конкурентноспособного программирования.
9. Бизнес-модели онлайн-СМИ.
10. Основные форматы современных коммерческих радиостанций.
11. Реклама как статья доходной части редакционного бюджета.
12. Суть ценовой политики редакции.

Критерии оценивая аналитической работы:

25-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень владения материалом. Проявлены превосходные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

20-24 баллов - Присутствуют незначительные ошибки. Продемонстрирован хороший уровень владения материалом. Проявлены средние способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

10-19 баллов - Присутствуют серьёзные ошибки. Продемонстрирован удовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены низкие способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

0-9 баллов - Продемонстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

**Примерный перечень вопросов для промежуточной аттестации (экзамен)
ОПК – 4.1. и ОПК -4.2.**

1. Факторы, влияющие на рекламную политику газеты.
2. Виды рекламного продукта СМИ. Уровни рекламы
3. Оценка конкурентов. Факторы потребительских предпочтений.
4. Понятие активов. Виды активов
5. Понятие прибыли. Виды прибыли
6. Ценообразование на медиарынке
7. Понятие себестоимости. Виды себестоимости. Себестоимость в процессе ценообразования
8. Конкуренция на медиарынке.
9. Понятие и компоненты бизнес – модели в медиабизнесе.
- 10.СМИ как индустрия свободного времени
- 11.Системные трансформации СМИ. Старые и новые медиа
- 12.Игроки рынка СМИ. Их влияние на медиарынок
- 13.Цепочка создания ценности в СМИ
- 14.Себестоимость и рентабельность – основные понятия, виды и использование
- 15.Цепочка создания ценности в медиабизнесе. Вертикальная и горизонтальная интеграция бизнеса.
- 16.Способы монетизации контента.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

Основная литература

1. Экономика организации : учебник и практикум для среднего профессионального образования / А. В. Колышкин [и др.] ; под редакцией А. В. Колышкина, С. А. Смирнова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 498 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-18583-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/536343>
2. Микроэкономика : учебник и практикум для вузов / Г. А. Родина [и др.] ; под редакцией Г. А. Родиной. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 312 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-16128-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/535785>
3. Соломин, В. Е. Медиаэкономика и медиаменеджмент : учебное пособие / В. Е. Соломин. — Кемерово : КемГУ, 2022. — 81 с. — ISBN 978-5-8353-2992-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/392180>

Дополнительная литература

4. Основы медиабизнеса : учебник / под редакцией Е. Л. Вартановой. — Москва : Аспект Пресс, 2014. — 400 с. — ISBN 978-5-7567-0724-3. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/68801> (дата обращения: 00.00.0000). — Режим доступа: для авториз. пользователей.
5. Зверева, Е. А. Инновации и креативные технологии в условиях цифровизации медиаландшафта : учебное пособие / Е. А. Зверева, А. В. Прохоров, Е. П. Семишова. — Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2022. — ISBN 978-5-00078-691-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/331292>
6. Креативные индустрии в условиях цифровой экономики : монография / А. Д. Евменов, Е. А. Байков, Л. А. Еникеева [и др.] ; под редакцией А. Д. Евменова. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2020. — 180 с. — ISBN 978-5-94760-441-2. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/415769>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

1. Национальная электронная библиотека (НЭБ) www.rusneb.ru
2. Новая философская энциклопедия
<https://iphlib.ru/library/library/collection/newphilenc/page/about>
3. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка»
<https://cyberleninka.ru/>
4. ELibrary.ru Научная электронная библиотека www.elibrary.ru
5. Электронная библиотека Grebennikov.ru www.grebennikov.ru

6.3. Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс
2. Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для обеспечения дисциплины используется материально-техническая база образовательного учреждения: учебные аудитории, оснащённые компьютером и проектором для демонстрации учебных материалов.

Состав программного обеспечения:

1. Windows
2. Microsoft Office
3. Kaspersky Endpoint Security

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
 - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:

- лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;

- письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;

- экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;

- письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;

- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBrailleViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемыми эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Практическое занятие № 1-3 (12 ч.)

Тема: «Трансформация медиаэкономики в историческом аспекте и продуктовом аспекте.»

Вопросы для обсуждения:

1. Толкования понятий «макроэкономика» и «микроэкономика»
2. Развитие медиаэкономики в перспективе исторического подхода и продуктового подхода.
3. Оплата деньгами, временем, вниманием медиапродукта
4. Развитие медиапродукта. Понятие конвергенции в макроэкономике
5. Двойственность медиарынка

Практическое занятие № 4-6 (12 ч.)

Тема «Тенденции развития современной мировой медиаэкономики»

Вопросы для обсуждения:

1. Экономика впечатлений, экономика внимания, экономика развлечений.
2. Развитие медиапродукта в контексте изменения медиаэкономики
3. Медиаэкономика как экономика развлечений
4. Глобальная конкуренция в области развлечения. Роль медиаэкономики в развитии развлечения

Практическое занятие № 7-9 (12 ч.)

Тема «Монетизация в экономике креативных индустрий.»

Вопросы для обсуждения:

1. Доходы в экономике креативных индустрий
2. Способы монетизации контента в современной экономике креативных индустрий

3. Монетизация услуги в экономике креативных индустрий
4. Экономический смысл взаимодействия с инфлюэнсерами.
5. Квазидоходы в экономике креативных индустрий.

Практическое занятие № 10-11 (8 ч.)

Тема «Микроэкономика. Основные финансовые понятия».

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие капитала и активов.
2. Виды активов. Нематериальные активы в экономике креативных индустрий.
3. Доходы в экономике креативных индустрий
4. Расходы в микроэкономике. Виды расходов.
5. Себестоимость и ценообразование в экономике креативных индустрий.
6. Прибыль, виды прибыли. Экономическое и финансовое понятие прибыли.
7. Эффективность и результативность организации в экономике креативных индустрий.

9.2. Методические рекомендации по подготовке контрольных заданий

Презентация — документ или комплект документов, предназначенный для представления материала.

Цель презентации — донести до целевой аудитории полноценную информацию об объекте презентации в удобной форме.

Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её

интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

Требования к подготовке презентации:

1. Не более 15 слайдов
2. Краткое тезисное, схематичное изложение материала
3. Использование иллюстраций
4. Приведение статистических данных с указанием информационных источников

Первый лист – это титульный лист, на котором обязательно должны быть представлены: название темы доклада и фамилия, имя, отчество автора.

Дизайн-эргономические требования: сочетаемость цветов, ограниченное количество объектов на слайде, цвет текста. В презентации необходимы импортированные объекты из существующих цифровых образовательных ресурсов.

В презентации доклада должна прослеживаться логика изложения материала. Текстовая часть слайда должна быть представлена в тезисной форме. Если автор приводит статистические или аналитические данные, то наиболее подходящей формой является использование графиков и диаграмм, наглядно демонстрирующих сделанные в ходе работы над докладом выводы.

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков. Во время презентации очень эффективны так называемые «воздействующие слайды». Это должен быть наиболее запоминающийся образ презентации в целом, например, рисунок, который можно оставить на экране после окончания презентации. Любая презентация станет более эффективной, если она будет проиллюстрирована схемами и диаграммами. При этом важно не перегружать их пояснениями. Если при подаче материала

возникает необходимость демонстрации таблиц, то рекомендуется выделять цветом наиболее важные строки и столбцы таблицы.

Использование иллюстраций и анимации в презентации допускается, однако используемые графические объекты должны быть логически связаны с представленным на слайдах текстовым материалом, а также быть корректными и уместными для представления в учебной аудитории.

Объекты на слайдах могут сразу присутствовать на слайдах, а могут возникать на них в нужный момент по желанию докладчика, что усиливает наглядность доклада и привлекает внимание аудитории именно к тому объекту или тексту, о которых в данный момент идет речь.

Рекомендации по подготовке доклада

Доклад является одной из форм исследовательской работы студентов, также формой текущей аттестации студентов.

Задачей подготовки доклада является:

- Развитие умения отбора и систематизации материала по заданной теме;
- Формирование умения представления своей работы в аудитории.

Процесс подготовки доклада включает в себя несколько этапов:

- Составление плана работы.
- Подбор литературы по выбранной теме.
- Написание содержательной части доклада.
- Подготовка выводов по проделанной работе.

Объем работы должен составлять не более 5 страниц, 14 шрифт TimesNewRoman, через 1,5 интервала.

Оформление работы:

Титульный лист.

Введение (отражается актуальность выбранной темы доклада).

Основная содержательная часть.

Заключение (должны быть сформулированы общие выводы по основной теме, отражено собственное отношение к проблемной ситуации).

Список использованной литературы.

Рекомендации по защите мультимедийного проекта

Предполагается защита сценарного проекта в виде «питчинга», т.е. визуальной презентации с целью привлечения потенциальных инвесторов. Форма презентации – логлайн или синопсис. Проект должен отвечать форматным требованиям издания, на котором предполагается размещение произведения, и выполнен по четко оговоренной структуре: содержать в себе название проекта, концепцию, сформулированную триаду замысла (тема, проблема, сверхзадача), жанровую принадлежность, тематику всех материалов цикла, если проект цикловой), сценарный план первого выпуска, расшифровку кульминационных эпизодов.

Приложение 1. Аннотация
рабочей программы дисциплины

АННОТАЦИЯ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Экономика креативных индустрий» реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

Цель: формирование у студентов знаний о технологиях современной медиаэкономики, позволяющих эффективно управлять медиаорганизациями и медиапроектами в современной медиасреде.

Задачи:

1. Познакомить студентов с основными составляющими понятия «экономика креативных индустрий»;
2. Дать представление об основных подходах к пониманию системы и процесса экономики креативных индустрий;
3. Систематизировать знания о методах и технологиях экономики креативных индустрий, применяемых при управлении современными медийными проектами и медиаорганизациями;
4. Научить студентов на практике применять методы и технологии экономики креативных индустрий и определять специфику их применения в зависимости от стратегических и тактических задач.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ОПК-4. Способен распознавать художественную, общественную и коммерческую ценность творческого проекта, генерировать идеи создания новых проектов в области экранных или исполнительских искусств.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: методы и подходы к реализации медиапродуктов; критерии отбора информации для оценки потенциала медиапродукта.

Уметь: определять полноту и достаточность полученной информации выявлять ключевые характеристики медиапродукта; отбирать технологии оценки потенциала творческого проекта.

Владеть: технологиями анализа и решения в ходе различных ситуаций в экономике креативных индустрий; навыками эффективного продвижения творческого проекта.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачета и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 6 зачетных единицы.