

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Смирнов Сергей Николаевич  
Должность: врио ректора  
Дата подписания: 04.10.2024 09:47:16  
Уникальный программный ключ:  
69e375c64f7e975d4e8830e7b4f1cc2ad1bf35f08

Министерство науки и высшего образования РФ  
ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

**УТВЕРЖДАЮ:**

Руководитель ООП



д.ф.н., профессор Е.Н. Брызгалова

«30» апреля 2024 г.

Рабочая программа дисциплины (с аннотацией)

**Медиаиндустрия и массовая культура**

Направление

**42.04.04 Телевидение**

Профиль

Тележурналистика

Для студентов 1 курса очной формы обучения

Составитель: *к.ф.н., доцент. М.Б. Бодрова*

Тверь, 2024

## I. Аннотация

### 1. Цель и задачи дисциплины

**Целью освоения дисциплины является** изучение феномена массовой культуры в современном мире, представление различных подходов к исследованию текстов массовой культуры, выявить их познавательные возможности и границы, выработать у студентов умение критически применять теории и техники анализа форм и процессов массовой культуры для самостоятельного исследования.

Подготовка к профессиональной деятельности в телевизионном вещании с использованием современных перспективных технологий

#### **Задачи:**

- исследовать становление массовой культуры в эпоху современности, проанализировать ее культурную динамику в XIX-XXI вв.;
- выявить место и функции массовой культуры в обществе, рассмотреть ее соотношение с «интеллектуальной», «народной», «элитарной» культурами, с субкультурными формами, показать отсутствие жесткой границы между ними;
- исследовать основные формы и процессы современной российской и западной культуры;
- показать особенности массовой культуры в условиях глобального, постиндустриального, информационного общества; рассмотреть феномен «демассификации» массовой культуры;
- в результате освоения дисциплины магистрант должен решать следующие задачи: создание ТВ контента с использованием современных и перспективных технологических процессов, обработка и трансформация телевизионных материалов с использованием цифровых и информационных технологий, участие в составе коллектива в метрологических и исследовательских работах по оценке технического качества телевизионных материалов.

### 2. Место дисциплины в структуре ООП

Элективная дисциплина «Медиаиндустрия и массовая культура» входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений. Изучение данного курса опирается на прочный фундамент дисциплин, изученных на предыдущих ступенях образования. Освоение данной дисциплины дополняет изучение дисциплин: «Журналист в информационной среде», «Деловое общение», «Имиджология» и др.

**3. Объем дисциплины:** \_\_\_2\_\_\_ зачетных единиц, \_\_\_72\_\_\_ академических часов, **в том числе:**  
**контактная аудиторная работа:** практические занятия \_\_\_14\_\_\_ часов.

**самостоятельная работа:** \_\_\_58\_\_\_ часов, в том числе контроль \_\_\_0\_\_\_

### 4. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы (формируемые компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия ПК-6 Способен создавать и распространять критические и аналитические материалы (статьи, эссе, обзоры), содержащие художественно – эстетический анализ различных типов телевизионной продукции, произведений киноискусства, материалов СМИ	УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития; ПК-6.1 Создает сценарий документально-публицистической программы, содержащий художественно-эстетический анализ произведений киноискусства. ПК-6.2 Оценивает произведения киноискусства с точки зрения аудитории (рецензирование, отзыв) ПК-6.3 Создает критическую рецензию или критическое обозрение, объектом которого является телевизионная программа ПК-6.4 Оценивает факты коммуникативного взаимодействия в межкультурной сфере

	ПК-6.5 Оформляет (статью, эссе, обзор) по исследуемой проблеме, содержащий художественно-эстетический анализ различных типов телевизионной продукции
--	--

5. **Форма промежуточной аттестации и семестр прохождения:** зачет, 2 семестр.

6. **Язык преподавания** русский.

**II. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий**

**1. Для студентов очной формы обучения**

Учебная программа – наименование разделов и тем	Всего (час.)	Контактная работа (час.)		Самостоятельная работа (час.)
		Лекции	Практические (лабораторные) занятия	
Массовая культура второй половины XX века и медиаиндустрия	6			6
Массовая культура и массовые коммуникации	4			4
Арт-сообщества и медиаиндустрия	6		2	4
Звукозаписывающая индустрия и СМИ	4			4
Журналистика «стиля жизни». Глянцевые издания	6		2	4
Музыкальный телеканал MTV: менеджмент и маркетинговые стратегии; – новые медиа и звукозаписывающая индустрия.	8			8
Журналистика развлечений	12		6	6
Спортивная журналистика	8		2	6
Продвижение мелиапродукта в социальных сетях	7		1	6

Влияние медиаиндустрии на трансформацию массовой культуры и молодежных субкультур. Влияние массовой культуры на развитие медиаиндустрии	11		1	10
<b>ИТОГО</b>	<b>72</b>		<b>14</b>	<b>58</b>

### III. Образовательные технологии

Учебная программа – наименование разделов и тем (в строгом соответствии с разделом II РПД)	Вид занятия	Образовательные технологии
Массовая культура второй половины XX века и медиаиндустрия	практическое занятие	Фасилитированная дискуссия Игровые технологии (деловая игра).
Массовая культура и массовые коммуникации	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг
Арт-сообщества и медиаиндустрия	практическое занятие	Тренинг. Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Журналистика «стиля жизни». Глянцевые издания	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг Традиционная дискуссия.
Музыкальный телеканал MTV: менеджмент и маркетинговые стратегии; – новые медиа и звукозаписывающая индустрия.	практическое занятие	Игровые технологии (деловая игра). Аквариумная дискуссия
Журналистика развлечений	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации) Фасилитированная дискуссия
Спортивная журналистика	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг Традиционная дискуссия.
Продвижение мелиапродукта в социальных сетях	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг Традиционная дискуссия.
Влияние медиаиндустрии на трансформацию массовой культуры и молодежных субкультур. Влияние массовой культуры на развитие медиаиндустрии	практическое занятие	Информационные технологии (создание презентации). Тренинг Аквариумная дискуссия.

Для достижения поставленных целей преподавания дисциплины используются следующие традиционные и инновационные методы обучения:

1. **Информационно-развивающие технологии.** Изучение теоретического материала на лекциях с использованием компьютерных технологий. Самостоятельное изучение специальной учебной и научной литературы, включая электронные средства информации.
2. **Развивающие проблемно-ориентированные технологии.** Работа на практических занятиях с активизацией мыслительной активности, способности видеть проблему и выбирать способы ее разрешения (общая дискуссия, работа в команде и индивидуальная деятельность).
3. **Личностно-ориентированные технологии обучения.** Учет уровня способностей обучаемых и создание условий для развития индивидуальных способностей. Это достигается путем подбора индивидуальных заданий и общения преподавателя со студентами в форме индивидуальных консультаций.

Для эффективного формирования запланированных компетенций студентов используются следующие сочетания видов учебной работы с методами и формами активизации образовательной деятельности: традиционная лекция, проблемная лекция, разные виды дискуссий, активизация творческой деятельности, подготовка письменных аналитических работ (реферат), тестирование.

#### **IV. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине:**

**1. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции: УК-5** Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
УК-5.1 Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития;	1. При помощи каких рычагов можно продвинуть медиапродукт в социальных сетях? Представить собственный план продвижения. 2. Способы и методы максимизации эффективности авторского текста	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания

**2. Типовые контрольные задания для проверки уровня сформированности компетенции: ПК- 6** Способен определить и реализовать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Типовые контрольные задания для оценки знаний, умений, навыков (2-3 примера)	Показатели и критерии оценивания компетенции, шкала оценивания
ПК-6.1 Создает сценарий документально-публицистической программы, содержащий художественно-эстетический анализ произведений киноискусства.	Подготовить сценарный план телевизионного сюжета, посвященного музыкальной, театральной или художественной тематике, в технике "зеркала"	0 – 10 баллов. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ПК-6.2 Оценивает произведения киноискусства с точки зрения аудитории (рецензирование, отзыв)	Подготовить сценарный план программы, посвященной музыкальной, театральной или художественной тематике, в технике "разбора". Подготовить сценарный план программы, посвященной музыкальной, театральной или художественной тематике, в технике "драматического анализа".	0 – 10 б. Установить логическую последовательность действий в проведении предложенных исследований. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ПК-6.3 Создает критическую рецензию или критическое обозрение, объектом которого является телевизионная программа	Провести сравнительную характеристику материалов телевизионной критики, опубликованных в профессиональном журнале и массовом издании: в чем особенности подходов, стиля, приемов?	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ПК-6.4 Оценивает факты коммуникативного взаимодействия в межкультурной сфере	Некоммерческий сайт мониторинга СМИ и медиакритики "MediaChannel" содержит ссылки на адреса 829 медийных и общественных структур. Какие это структуры? Как осуществляется сотрудничество сайта с экспертами и консультантами из других стран? Приведите примеры.	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания
ПК-6.5 Оформляет (статью, эссе, обзор) по исследуемой проблеме, содержащий художественно-эстетический анализ различных типов телевизионной продукции	Провести сравнительную характеристику материалов телевизионной критики, опубликованных в профессиональном журнале и массовом издании: в чем особенности подходов, стиля, приемов?	0 – 10 б. Письменные отчеты по заданиям. Оценка выставляется, исходя из полноты, мотивированности и логической завершенности выполнения задания

**V. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины:**

а) Основная литература:

1. Ушанов П.В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. - 75 с. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65718.html>
2. Жилавская И.В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ [Электронный ресурс]: учебное пособие. - Москва: Московский педагогический государственный университет, 2017. - 148 с. Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/72502.html>

б) Дополнительная литература:

1. Маховская О. И., Марченко Ф.О. Дети и телевидение: история психологических исследований и экспертизы телепрограмм для детей: монография. - М.: ИНФРА-М, 2015. - 172 с. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://znanium.com/go.php?id=590233>
2. Кривошеев В.М. В творческой лаборатории журналиста [Электронный ресурс]: М.: Университ. Книга, 2016. – Электронный ресурс. – Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66420.html>

Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины:

1. Электронная библиотека ЮРАЙТ <https://biblio-online.ru/>
2. Электронно-библиотечная система IPRbooks <http://www.iprbookshop.ru/>
3. База данных Web of science  
[http://apps.webofknowledge.com/WOS\\_GeneralSearch\\_input.do;jsessionid=8C7D9EC281BBB8F7EBE50BECF4859213?product=WOS&search\\_mode=GeneralSearch&SID=F6WxQi5dRF9ldaj2yd4&preferencesSaved=](http://apps.webofknowledge.com/WOS_GeneralSearch_input.do;jsessionid=8C7D9EC281BBB8F7EBE50BECF4859213?product=WOS&search_mode=GeneralSearch&SID=F6WxQi5dRF9ldaj2yd4&preferencesSaved=)
4. Электронно-библиотечная система издательства «Лань» <https://e.lanbook.com/>
5. Электронно-библиотечная система «Знаниум» <http://www.znanium.com/>
6. Электронная коллекция книг Оксфордского Российского фонда  
<http://www.mylibrary.com/browse/open.asp>
7. Электронная библиотека РГБ <http://diss.rsl.ru/> 8. Научная электронная библиотека <http://elibrary.ru/>

## VI. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

### Вопросы к семинарским занятиям

Тема 1. Массовая культура второй половины XX века

1. Понятие, возникновение массовой культуры,
2. Экономические и социальные предпосылки,
3. Теория массовой культуры как культуры «массового общества»,
4. Направления массовой культуры.

Тема 2. Массовая культура и массовые коммуникации

1. Индустрия развлечений и её характеристика,
2. Информационная индустрия в популяризации идей, форм и образцов массовой культуры;
3. Роль СМИ в формировании общества «массового потребления». Тиражируемая мифология

### Тема 3. Журналистика развлечений

1. Журналы «стиля жизни»,
2. fashion-журналистика,
3. Музыкальная журналистика,
4. Спортивная журналистика;

### Тема 4. Творческие и креативные интенции журналистики в социокультурной ситуации.

1. Проанализируйте один из газетных журналистских очерков, посвященных одному из деятелей культуры.
2. Оцените степень образности и стилистическое своеобразие журналистского текста. Как проявляют себя в материале креативные установки журналиста и связанная с этим потребность творчески выразить самого себя.
3. В какой мере сочетаются в очерке информативность и образность. Выделите основные средства художественной изобразительности в журналистском материале. Можно ли определить степень интереса журналиста к художнику, о котором он пишет? Ваше мнение о мере объективности представления образа деятеля культуры журналистом.

### Тема 5. Монетизация контента в традиционных и сетевых СМИ

1. Жанровые, стилистические и технологические механизмы эффективной монетизации медиапродукта,
2. Особенности монетизации в традиционных СМИ,
3. Основные тренды на арене монетизации сетевого контента,
4. Взаимодействие с аудиторией и потенциальными рекламодателями);

### Тема 6. Фестивальное движение как форма освоения массового искусства.

1. Изучить информацию об основных мировых музыкальных, театральных и кинофестивалях.
2. На примере газетных и интернет-публикациях об одном из фестивалей проанализировать степень осведомленности журналиста в истории вопроса, глубину его проникновения в культурную проблематику, уровень интереса к самобытности творческого высказывания. В какой мере журналист учитывает степень информированности публики в данном случае?
3. Охарактеризовать основную тематику журналистских фестивальных материалов и особенности формата фестивального отчета в различных изданиях.
4. Оценить роль журналиста в формировании образа фестиваля как ключевого регионального и межнационального социокультурного явления.
5. Проведение деловой игры «Работа фестивального пресс-центра».

### Тема 6. Продвижение медиапродукта в социальных сетях

1. Особенности «вирусного» постинга в социальных сетях,
2. Контент-план и контент-политика,
3. Сотрудничество с «лидерами мнений» и подписчиками сообществ.

### Тема 7. Субкультурная журналистика.

1. Молодежные субкультуры второй половины XX века.
2. Новые формы журналистики: новый журнализм, гонзо-журналистика, фэн-зины и пиратское радиовещание.
3. Музыкальный телеканал MTV: менеджмент и маркетинговые стратегии. Новые медиа и звукозаписывающая индустрия.

### Тема 8. Монетизация контента в традиционных и сетевых СМИ



1. Практические рекомендации по максимизации коммерческой эффективности контента.
2. Жанровые, стилистические и технологические механизмы эффективной монетизации медиапродукта.
3. Особенности монетизации в традиционных СМИ. Основные тренды на арене монетизации сетевого контента. Взаимодействие с аудиторией и потенциальными рекламодателями.

*Темы для самостоятельного изучения и создания собственного проекта*

Тема 1. Продвижение медиапродукта в социальных сетях

Продвижение медиапродукта внутри социальной сети: «таргетированная» реклама, «офферные» интеграции. Измерение эффективности и аналитика: стандартные и не стандартные системы аналитики социальных сетей. Особенности «вирусного» постинга в социальных сетях: время размещения, характер, тема. Контент-план и контент-политика. Сотрудничество с «лидерами мнений» и подписчиками сообществ.

Тема 2. Вирусный контент. «Старт-апы» в медийной сфере.

Контент маркетинг. Вирусная реклама. Каналы распространения вирусного контента. Практические рекомендации по созданию и распространению вирусного контента. Адаптация журналистского материала в целях вирусного распространения контента. Стадии развития медиа «старт-апов». Инфраструктура «старт-апов». Анализ успешных медиа «старт-апов». Монетизация контента как определяющий фактор успешного «старт-апа». Основные тренды на рынке медиа «старт-апов».

Тема 3. Развлекательное телевидение.

На занятие приглашается журналист телеканала «Пятница», который рассказывает студентам о специфике работы в структуре данного вещательного комплекса и отвечает на вопросы аудитории.

Тема 4. Музыкальное коммерческое радио.

На занятие приглашается ведущий радиостанции Follow Me, который рассказывает студентам о специфике работы в структуре данного вещательного комплекса и отвечает на вопросы аудитории.

Тема 5. Авторская журналистика как успешный медиапродукт

Журналист как фактор успешной монетизации своего контента. Способы и методы максимизации эффективности авторского текста. Тематическая конъюнктура и авторская журналистика. Знакомство с дискуссионной проблематикой производства авторского медиаконтента: финансовый аспект, журналистский аспект. Обучение практике создания и использования user-generated content в авторской блог-журналистике.

***Примерные задания  
для контрольных исследовательских работ на тему:  
«Крупнейшие кинофестивали мира: роль журналистики  
в формировании образа мирового кинопроцесса»***

Для выполнения исследовательской работы каждый из магистрантов выбирает один из фестивалей класса А для индивидуального разбора, изучает информацию об истории

культурного форума, его тематическую направленность, анализирует пресс-материалы о фестивале в электронных и печатных СМИ, знакомится с программой ближайшего по времени фестиваля (особое внимание к участию в программе фестиваля отечественных фильмов и появление в зарубежных фильмах российских артистов), анализирует состав художественного руководства, учредителей и жюри фестиваля.

Фестивали, рекомендуемые для исследовательской работы:

1. Берлинский кинофестиваль
2. Каннский кинофестиваль
3. Шанхайский кинофестиваль
4. Московский кинофестиваль
5. Кинофестиваль в Карловых Варах
6. Кинофестиваль в Локарно
7. Монреальский кинофестиваль
8. Венецианский кинофестиваль
9. Сан-Себастьянский кинофестиваль
10. Кинофестиваль в Варшаве
11. Кинофестиваль в Токио
12. Кинофестиваль в Мар-дель-Плата
13. Каирский кинофестиваль
14. Индийский кинофестиваль

Задача магистранта: на основе анализа пресс-релизов и публикаций в прессе составить представление о фестивале как самобытном художественном явлении. Оценить роль прессы в создании образа кинофестиваля как общемирового информационного и общекультурного факта. Представить свой концептуальный образ фестиваля.

В итоговой контрольной работе должны быть освещены следующие основные моменты:

1. Общая информация о фестивале: тематика, история, учредители, знаковые фильмы-участники и фильмы-победители.
2. Доступность и полнота пресс-материалов о фестивале в электронных и печатных СМИ.
3. Возможность получения информации о текущих пресс-конференциях фестиваля.
4. Оценка уровня информационной поддержки фестиваля, аналитические разборы фестивальной программы в отечественной прессе.
5. Краткий аналитический обзор и создание мини-рецензии на один из фильмов-победителей фестиваля.

***Примерный вариант деловой игры на тему:  
«Работа фестивального пресс-центра»***

*На примере информационной поддержки программы ближайшего по времени крупного международного кинофестиваля (Каннский, Берлинский, Шанхайский, любой другой из 14 основных – см. список к творческим работам) студенты разбирают модель журналистской поддержки кинособытий фестиваля и возможности журналиста в превращении фактов культурной жизни в факты жизни общесоциальной.*

Студенты разбиваются на мини-группы в 4 человека. Внутри каждой группы происходит перераспределение ролей для наиболее эффективной работы пресс-центра. Каждый из участников деловой игры выбирает одну из ролей, знакомится с программой международного кинофестиваля и готовит собственную разработку тематической работы. При этом каждый из участников анализирует круг обязанностей других представителей пресс-центра, подстраховывая их работу.

1. Работа координатора пресс-центра. Определение основных направлений работы корреспондентов. Определение тем и фильмов для освещения. Подготовка тем и

организация пресс-конференций. Выбор персон для интервью. Координация работы волонтерской группы. Организация опросов. Методология обработки анкет.

2. Работа корреспондента-интервьюера. Сбор информации об участниках фестиваля. Подготовка вопросов для коротких блиц-интервью, материалов для пресс-конференций и опросов в пресс-релизах. Проведение пресс-конференций. Готовность к разрешению конфликтных ситуаций в процессе общения кинодеятелей с прессой.

3. Работа журналиста-рецензента. Тематическое перераспределение фильмов программы фестиваля для аналитических обзоров. Обработка и подготовка презентационных текстов фильмов. Определение тематики и содержание фестивальных буклетов. Подготовка мини-рецензий и обзоров фестивальных премьер.

4. Пресс-секретарь фестиваля. Определение круга аккредитованных журналистов. Работа по сбору прессы о фестивале. Оперативное информирование участников фестиваля о публикациях и сюжетах в СМИ. Координация тематики журналистских обзоров и рецензий.

Каждый из участников игры анализирует программу недавно прошедшего или идущего кинофестиваля, определяет характер своих действий, опираясь на информацию о проведении фестиваля в предыдущие годы, и, предварительно скоординировав свои разработки с другими участниками, предлагает план своих действий.

Остальные студенты совместно с преподавателем анализируют продуманность действий каждого из членов пресс-группы, отмечают уровень их творческого и информационного взаимодействия, оценивают уровень творческой осведомленности, эффективности и информационной емкости пресс-центра в целом.

### **Письменные задания по теме Медиainдустрия (Медиainдустрия и массовая культура)**

#### **Блок «График выхода»**

1.1. Заполните количество редакционных и рекламных полос в каждом из номеров в планируемом соотношении, которое должно быть приближено к оптимальной реальности на медиа-рынке и соответствовать ограничениям законодательства.

#### **Блок «Рекламные доходы»**

2.1. Распределите рекламные полосы в соответствующем процентном соотношении по субъектам рекламного рынка (агентства и собственная коммерческая служба), исходя из плановых показателей привлечения рекламы агентствами в объеме 20-25% в каждом номере. Распределите «неденежные» рекламные полосы («Бартер», «Информационный бартер», «Самореклама», «Бесплатное размещение») в соответствии с плановыми показателями для них в пределах 1-4 полосы в каждом номере.

2.2. Рассчитайте доходы от привлечения рекламы по группам «Денежные доходы», «Бартер» и «Информационный бартер» исходя из постоянной стоимости 1 полосы в 63 000 рублей.

2.3. Рассчитайте доходы от рекламы, привлеченные агентствами и собственной коммерческой службой по каждому номеру и году в целом.

#### **Блок «Прямые рекламные расходы»**

3.1. Рассчитайте финансовую базу для расчета комиссий агентствам и комиссий

(премий) коммерческой службе. Рассчитайте сумму выплачиваемых комиссий по каждому номеру, исходя из ставки агентствам в размере 15%, а ставки коммерческой службе 5%.

### **Блок «Общие рекламные расходы»**

4.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму общих рекламных расходов в размере 250 000 рублей по месяцам года следующие виды рекламных расходов в процентном соотношении: «Командировки» (70%), «Представительские расходы» (10%), «Подарки клиентам» (10%), «Компенсация расходов на деловые переговоры по мобильной связи» (10%). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

### **Блок «Доходы от реализации тиража»**

5.1. Распределите отгрузку планируемого тиража издания для каждого номера в процентном соотношении по следующим каналам распространения тиража: «Розница Москва» (1%), «Розница Регионы» (85%), «Подписка» (10%), «Бесплатный промо-тираж» (3%) и «Бесплатная рассылка» (1%).

5.2. Распределите розничные продажи отгруженного тиража по номерам года: «Розница Москва» – 75% реализации отгрузки, «Розница Регионы» - 70%.

5.3. Рассчитайте выручку от реализации тиража по каждому их номеров и по каждому каналу реализации («Розничные торговые сети», «Подписка») при установленной цене реализации одного экземпляра: «Розница Москва» - 75 рублей, «Розница Регионы» - 50 рублей, «Подписка» – 35 рублей.

### **Блок «Прямые расходы на распространение»**

6.1. Рассчитайте расходы «Экспедирование» и расходы «Присутствие в сети» исходя их стоимости доставки (экспедирования) 1 экземпляра издания в 1 рубля и стоимости присутствия в сети 1 экземпляра издания в 2 рубля.

### **Блок «Расходы на продвижение в сетях»**

7.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму расходов на продвижение в сетях в размере 150 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Продвижение в сетях» (72%), «Приоритетная выкладка» (20%), «Включение в подписной каталог» (3%), «Почтовая рассылка бесплатных номеров» (5%). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

### **Блок «Расходы на печать»**

8.1. На основе данных о полосности номеров, постоянного тиража, матрицы расчета стоимости тиража и среднего курса валюты (45 рублей за евро) рассчитайте аналитический показатель «Стоимость печати за 1 экземпляр». Включите в стоимость «Расходов на печать» только дополнительные расходы на «Предпечатную подготовку» в размере 300 евро на каждый номер и рассчитайте итоговую стоимость печати.

## **Блок «Переменные редакционные расходы»**

9.1. Распределите расходы на оплату следующих статей гонорарного фонда по каждому номеру: гонорары за текстовые материалы (штатных и внештатных авторов), гонорары за иллюстрации и приобретение информации. Исходные условия: расходы на текстовые гонорары составляют 70% от всего гонорарного фонда, расходы на фотоиллюстрации и художественные иллюстрации - 20%, расходы на приобретение информации – 10%. Соотношение между «штатными» и «внештатными» авторами принимается в соотношении 80:20.

9.2. Рассчитайте переменную стоимость 1 редакционной страницы по каждому из номеров.

## **Блок «Постоянные редакционные расходы»**

10.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму постоянных редакционных расходов в размере 250 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Премии» (10%), «Бонусы» (10%), «Командировки» (60%), «Представительские расходы» (10%), «Компенсация расходов на деловые переговоры по мобильной связи» (10%). Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

## **Блок «Промо»**

11.1. Распределите плановую максимальную годовую сумму расходов на продвижение в размере 180 000 рублей по месяцам года следующие виды расходов в процентном соотношении: «Радио» (10%), «Наружная реклама» (30%), «Сувенирная продукция» (10%), «Оформление собственных мероприятий» (50%). Другие расходы по статьям в течение года не планируются. Рассчитайте суммарные месячные значения и годовые значения по статьям расходов.

## **Блок «Персонал»**

12.1. Рассчитайте фонд оплаты труда в целом по предприятию, по месяцам планируемого года и по подразделениям. Рассчитайте численность сотрудников медиа-компании по подразделениям.

## **Блок «Баланс: доходы и расходы»**

13.1. Рассчитайте натуральные показатели деятельности издания в течение года («Количество номеров», «Средняя цена за экз.», «Средний номерной тираж», «Средние номерные продажи», «Среднее номерное количество полос»).

13.2. Рассчитайте объемы реализации (доход) по номерам планируемого года и суммарный показатель (итога) доходной части по разделам и статьям разделов: «Реклама», «Розничные продажи тиража», «Подписка», «Франчайзинг», «Предпечатная подготовка-аутсорсинг», «Дизайн и креатив», «Маркетинговые исследования», «Рейтинги-аутсорсинг», «Конференции, круглые столы и семинары», «Проекты think tank», «Посреднические услуги».

13.3. Рассчитайте себестоимость продукции (расходы) по номерам планируемого года и суммарный показатель (итога) расходной части по разделам и статьям разделов:

«Оплата труда персонала», «Типографские расходы», «Предпечатная подготовка типографии», «Приобретение фотоматериалов», «Иллюстраций и информация», «Экспедирование», «Присутствие в сетях распространения», «Износ основных средств», «Командировочные и представительские расходы».

13.4. Рассчитайте коммерческие расходы по номерам планируемого года и суммарный показатель (итога) коммерческой расходной части по разделам и статьям разделов: «Прямая реклама и промо», «Включение в подписной каталог», «Рассылка номеров», «Комиссионные вознаграждения», «Реклама третьих лиц», «Оформление мероприятий», «Продвижение в сетях распространения».

13.5. Рассчитайте управленческие расходы по номерам планируемого года и суммарный показатель (итога) управленческой расходной части по разделам и статьям разделов: «Оплата труда управленческого состава», «Аренда», «Эксплуатационные и коммунальные расходы», «Охрана», «Связь», «Транспортные расходы», «Текущий ремонт», «Материалы», «Информационные услуги», «Маркетинговые исследования», «Консультационные услуги», «Юридические услуги», «Аудиторские услуги», «Страховые услуги», «Командировочные расходы», «Представительские расходы», «Износ нематериальных активов».

13.6. Рассчитайте итоговый суммарный показатель расходной части медиа-предприятия по месяцам и по планируемого году.

13.6. Рассчитайте итоговые показатели деятельности медиа-предприятия по номерам планируемого года и суммарные итоговые показатели деятельности по следующим разделам: «Прибыль (убыток) от продаж», «Прибыль (убыток) до налогообложения», «Текущий налог на прибыль», «Чистая прибыль (убыток)».

### **Контрольные вопросы к зачету**

1. Понятие и термин «массовая культура».
2. Возникновение массовой культуры. Экономические и социальные предпосылки.
3. Теория массовой культуры как культуры «массового общества».
4. Направления массовой культуры
5. Индустрия развлечений и ее характеристика.
6. Информационная индустрия в популяризации идей, форм и образцов массовой культуры.
7. Роль СМИ в формировании общества «массового потребления».
8. Тиражируемая мифология.
9. Журналы «стиля жизни».
10. Fashion-журналистика.
11. Музыкальная журналистика.
12. Спортивная журналистика.
13. Молодежные субкультуры второй половины 20 века.
14. Новые формы журналистики: новый журнализм, гонзо-журналистика, фэн-зины и пиратское радиовещание.
15. Музыкальный телеканал MTV: менеджмент и маркетинговые стратегии.
16. Новые медиа и звукозаписывающая индустрия.

### **Принципы и критерии оценки**

Преподаватель оценивает не только усвоение материала лекций, но и работу студентов на лекциях и семинарских занятиях. Учитывается:

- Активность студента – его участие в обсуждении и разборе примеров, готовность задавать вопросы по теме курса и искать ответы на них самостоятельно или вместе с преподавателем.
- Успешность действий студента при освоении им (при работе в аудитории) базовых знаний и навыков, необходимых для получения системного представления о профессии.
- Успешность действий студента при освоении им практики составления поисковых запросов для различных систем
- Усвоение материала предыдущей лекции или семинара оценивается от 1 до 3 баллов. Активное участие студента в аудиторной работе на каждом из занятий оценивается также 1-3 баллами. Таким образом, суммарная максимально возможная оценка за аудиторную работу для каждого из занятий составляет 3 балл.

Преподаватель оценивает самостоятельную работу студентов:

- Активность в выполнении домашнего задания (использование возможности двух консультаций с преподавателем, предоставление промежуточных результатов работы на ознакомление). Общее количество выполненных домашних заданий.
- Правильность выполнения домашнего задания.

Домашнее задание включает в себя два типа работ:

1. Самостоятельная проработка темы. По итогам проводится контрольная работа.
2. Выполнение творческого задания.

Тема задания и его конкретные характеристики задаются преподавателем.

Творческое задание обязательно связано с практикой поиска информации о истории и современном состоянии рекламной и её анализа.

Для выполнения заданий студенту оказываются индивидуальные консультации.

Все задания выполняются студентами последовательно (по мере прохождения обучения) и также последовательно проверяются и разбираются преподавателем на семинарах или в индивидуальном порядке.

В процессе выполнения работ студент должен продемонстрировать:

- усвоение предложенных на лекциях и семинарах знаний;
- умение использовать новые знания на практике.

Оценки для каждой из работ домашнего задания выставляются по следующей схеме:

- Выполнение творческих заданий – от 0 до 8 баллов (политомическая оценка) в зависимости от качества выполнения.
- Контрольная исследовательская работа – от 0 до 5 баллов.

Итоговая суммарная оценка домашних работ осуществляется два раза. Первый раз – перед последним плановым семинаром 1-го модуля (для информирования учащихся об их промежуточных успехах). Второй раз – в период последних двух недель семестра (итоговая оценка за самостоятельную работу).

Студенты получают домашние задания на общую почту учебной группы, или страничку группы в социальной сети. Сроки на выполнение каждого из заданий за исключением эссе по фильмам и книгам – семь календарных дней. Срок выполнения задания «эссе» - две недели.

Выполненное задание отсылается каждым студентом индивидуально (с личного электронного адреса) на адрес преподавателя или сдаётся в напечатанном виде.

Критерии оценки исследовательской работы:

- репрезентативность эмпирического материала (студенту необходимо осуществить как можно более полный охват материала изучаемой сферы);
- полнота анализа;
- наличие выводов о наблюдаемых тенденциях, субъективной оценки изученных материалов.

Высокая оценка исследовательской работы ставится в случае полного соответствия критериям (допускаются незначительные погрешности). Низкая оценка ставится в случае частичного соответствия работы критериям. Исследовательская работа не считается зачтенной в случае несоответствия критериям.

### **Методические указания по подготовке к практическим (семинарским) занятиям**

**Семинарское занятие** по дисциплине «Работа в прямом эфире» – важнейшая форма самостоятельной работы студентов над научной, учебной и периодической литературой. Именно на семинарском занятии каждый студент имеет возможность проверить глубину усвоения учебного материала, показать знание категорий, положений и инструментов учебной дисциплины. Участие в семинаре позволяет студенту соединить полученные теоретические знания с решением конкретных практических задач.

Семинарские занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки, определяются преподавателем, ведущим занятия.

Семинарские и практические занятия, проводимые по основным темам дисциплины в форме свободного обсуждения, имеют целью обобщение и систематизацию знаний, полученных обучающимися в ходе подготовки к занятиям, а также развитие у них самостоятельного мышления, способностей к свободному обмену мнениями, умения найти правильный подход к решению практических задач.

Для выполнения письменных домашних заданий студентам необходимо внимательно прочитать соответствующий раздел учебника и проработать аналогичные задания, рассматриваемые преподавателем на семинарских занятиях.

#### **При самостоятельной работе по дисциплине рекомендуется:**

- основное внимание уделять усвоению определений базовых понятий и категорий, а также содержания основных проблем;
- не ограничиваться использованием только лекций или учебника и использовать дополнительную литературу из рекомендованного списка;
- не просто заучивать и запоминать информацию, но понимать ее – понимание существенно экономит время и усилия, и позволяет продуктивно использовать полученные знания;
- использовать профессиональную терминологию в устных ответах, докладах, рефератах и письменных работах – это развивает необходимый навык обращения с понятиями и категориями, способствует их усвоению и позволяет продемонстрировать глубину знаний;
- аргументировано излагать свою точку зрения – корректно и убедительно;
- при подготовке к семинарским занятиям, в устных ответах, докладах и письменных работах выделять необходимую и достаточную информацию;
- изложить подробно и объемно не означает изложить по существу;
- соотносить полученные знания с имеющимися знаниями из других областей науки, в первую очередь, из областей, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

#### **При работе с литературой рекомендуется:**

- в первую очередь вычленять информацию, относящуюся к конкретным изучаемым темам (по отдельным проблемам или вопросам);
- использовать предметные и именные указатели, содержащиеся во многих учебных и академических изданиях – это существенно сокращает время поисков конкретной информации;

#### **При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется:**

- ознакомиться с планом темы и перечнем контрольных вопросов к ней – это позволит получить общее представление о рассматриваемых проблемах;
- ознакомиться с учебными материалами по теме (конспекты лекций, учебник, учебно-методические пособия) и определить степень его достаточности;



- выбрать наиболее интересный вопрос (вопросы), по которым предполагается развернутый ответ или активное участие в обсуждении (в норме подробно готовится именно вопрос, показавшийся наиболее интересным, но общее представление о теме и знание базовых положений и определений необходимо и обязательно);
- ознакомиться с доступной (имеющейся в библиотеке или на электронных ресурсах) дополнительной литературой, в случае необходимости или по желанию использовать самостоятельно выбранные источники;
- четко сформулировать основные моменты предполагаемого устного ответа – ответ должен быть связным, целостным и законченным сообщением по конкретному вопросу, а не набором реплик по поводу;
- не ограничиваться заявленными вопросами по теме и попытаться предположить, какие вопросы могут возникнуть по ходу обсуждения темы,
- или сформулировать свои вопросы для обсуждения;
- регулярно готовиться к семинарам, даже если не планируется активное участие в них – регулярная подготовка способствует постепенному и поэтому качественному усвоению курса и существенно облегчает последующую подготовку к экзамену.

### **Рекомендации по оцениванию устных ответов студентов**

С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждой практической занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы. Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала); – логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные способы достижения цели);
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе);
- рациональность использования времени, отведенного на задание (не одобряется затянутость выполнения задания, устного ответа во времени, с учетом индивидуальных особенностей студентов).

### **Методические указания при подготовке доклада с презентацией**

Доклад является формой работы, при которой студент самостоятельно готовит сообщение на заданную тему и далее на занятии выступает с этим сообщением. Целью докладов является более глубокое изучение дисциплины. Доклад должен быть построен таким образом, чтобы наиболее ярко охарактеризовать выбранную тему и сформировать интерес к её дальнейшему изучению. Обязательным требованием является толерантное и корректное изложение материала. Доклад является элементом промежуточной аттестации и оценивается.

При подготовке к докладам необходимо:

- подготовить сообщение, включающее сравнение точек зрения различных авторов;
- сообщение должно содержать анализ точек зрения, изложение собственного мнения или опыта по данному вопросу, примеры;
- вопросы к аудитории, позволяющие оценить степень усвоения материала;
- выделение основных мыслей, так чтобы остальные студенты могли конспектировать сообщение в процессе изложения.

Презентация должна быть лаконичной и соответствовать теме доклада. В приоритете должны быть визуальные средства (фото, графики, схемы, диаграммы).

### **Методические рекомендации по самостоятельной работе студентов**

Самостоятельная работа делится на аудиторную (под непосредственным контролем преподавателя) и внеаудиторную. **Основными формами внеаудиторной самостоятельной работы («домашней работы»)** являются: теоретическая подготовка к практическим занятиям (на основе рекомендованной литературы и информационных ресурсов сети Интернет); изучение законодательных норм, выполнение заданий для самостоятельной подготовки, включённых в содержание практических занятий; создание тезауруса курса; подготовка аналитических справок по темам семинаров; подготовка аннотированного обзора литературы по заданной теме.

**Аудиторная самостоятельная работа** включает в себя: выполнение заданий для самостоятельной работы для проверки качества усвоения знаний и последующую самостоятельную работу над указанными преподавателем ошибками в них; участие в работе семинара; самоконтроль и взаимоконтроль выполняемых индивидуальных заданий (оценивание докладов студентов на семинарских занятиях самими студентами).

**Использование консультаций при самостоятельной работе.** Если в процессе самостоятельной работы над изучением теоретического материала, возникли проблемы, разрешить которые самостоятельно не удаётся, необходимо обратиться к преподавателю для получения у него разъяснений или указаний. При этом следует формулировать вопросы максимально конкретно.

Целью самостоятельной работы студентов является обучение навыкам работы с научно-теоретической литературой и практическими материалами, необходимыми для углубленного изучения дисциплины «Введение в профессию», а также развитие у них устойчивых способностей к самостоятельному (без помощи преподавателя) изучению и изложению полученной информации.

Сформированность компетенций проверяется посредством следующих видов контроля: текущий контроль – опросы, представление докладов, работа на семинарах, оценка выполнения заданий для самостоятельной работы; рейтинговый контроль – создание эссе, выполнение проектной /аттестационной работы; формы промежуточного контроля – экзамен.

**Текущий контроль знаний** используется для оперативного и регулярного управления учебной деятельностью (в том числе самостоятельной) студентов. В условиях рейтинговой системы контроля результаты текущего оценивания студента используются как показатель его текущего рейтинга. Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра, в ходе повседневной учебной работы по индивидуальной инициативе преподавателя. Данный вид контроля стимулирует у студентов стремление к систематической самостоятельной работе по изучению дисциплины. С целью контроля и подготовки студентов к изучению новой темы вначале каждого практического занятия преподавателем проводится индивидуальный или фронтальный устный опрос по выполненным заданиям предыдущей темы.

Критерии оценки:

- правильность ответа по содержанию задания (учитывается количество и характер ошибок при ответе);
- полнота и глубина ответа (учитывается количество усвоенных фактов, понятий и т.п.);
- сознательность ответа (учитывается понимание излагаемого материала);
- логика изложения материала (учитывается умение строить целостный, последовательный рассказ, грамотно пользоваться специальной терминологией);
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи (учитывается умение использовать наиболее прогрессивные и эффективные

способы достижения цели);

– своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе (учитывается грамотно и с пользой применять наглядность и демонстрационный опыт при устном ответе).

ФОС для итоговой аттестации обучающихся по дисциплине предназначен для оценки степени достижения запланированных результатов обучения по завершению изучения дисциплины в установленной учебным планом форме и позволяет определить качество усвоения изученного материала. Итоговой формой контроля сформированности компетенций у студентов по дисциплине является экзамен.

## VII. Материально-техническая база, необходимая для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Медиаиндустрия и массовая культура	Учебная аудитория. Телелaborатория. № 23 (170002, Тверская область, Тверь, просп. Чайковского, д.70)	1	Телевизор	LED	SUPRA	STV	LC1925	WL	
		2.	Телевизор	LED	SUPRA	STV	LC1925	WL	
		3.	Телевизор	LED	SUPRA	STV	LC1925	WL	
		4.	Телевизор	LED	SUPRA	STV	LC1925	WL	
		5.	Телевизор	LED	SUPRA	STV	LC1925	WL	
		6.	ИБП	Bank-UPS	ES	700	VA/405W	230V	
		7.	ИБП	Bank-UPS	ES	700	VA/405W	230V	
		8.	Накамерный свет	Comer	CM-LBPS	1800			
		9.	Носитель информации	Seagate	Portable	HDD	2Tb		
		10.	Носитель информации	Seagate	Portable	HDD	2Tb		
		11.	Зарядное устройство для	NP-F	970				
		12.	Аккумулятор	Sony	NP-F	970			
		13.	Аккумулятор	Sony	NP-F	970			
		14.	Базовый комплект светового оборудования KA1B Dedolight						
		15.	Микрофон	Panasonic	AG-MC200G				
		16.	Микрофон	Panasonic	AG-MC200G				
		17.	Принтер	Samsung	лазерный				
		18.	Карта памяти	Panasonic	P2	32Gb			
		19.	Карта памяти	Panasonic	P2	32Gb			
		20.	Кондиционер		GC/GU-181				
		21.	Фон PNP-проекции 300x700	зеленый	с креплением				
		22.	Штативная планка	Panasonic	SHAN-TM700				
		23.	Штативная планка	Panasonic	SHAN-TM700				
		24.	Штатив	SONY	VCT-60AV				
		25.	Видеокамера SONY DCR-HC17E						

--	--	--

**УІІІ. Сведения об обновлении рабочей программы дисциплины**

<b>№ п.п.</b>	<b>Обновленный раздел рабочей программы дисциплины</b>	<b>Описание внесенных изменений</b>	<b>Дата и протокол заседания кафедры, утвердившего изменения</b>
1			