**Правительство Российской Федерации**

**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования
"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна

**Программа дисциплины«Аудиовизуальное продюсирование»**

для направления 42.04.05 «Медиакоммуникации» подготовки магистра

программы «Медиапроизводство в креативных индусриях»

Автор программы:

Новикова А.А., доктор культурологии, профессор департамента медиа, anovikova@hse.ru

Яголковский С. Р. кандидат психологических наук, доцент, syagolkovsky@hse.ru

Одобрена на заседании Департамента медиа «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 г

Руководитель департамента Кирия И.В.

Рекомендована УМС Департамента медиа «\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 20 г

Председатель

Утверждена АС образовательной программы «Медиапроизводство в креативных индустриях»

«\_\_\_»\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_20 г.

Академический руководитель Новикова А.А. \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Москва, 2015

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения кафедры-разработчика программы.*

# Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает минимальные требования к знаниям и умениям студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих данную дисциплину, учебных ассистентов и студентов направления подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» программы «Медиапроизводство в креативных индустриях», изучающих дисциплину «Аудиовизуальное продюсирование».

Программа разработана в соответствии с:

* ОС НИУ ВШЭ по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации»;
* Образовательной программой «Медиапроизводство в креативных индустриях».
* Рабочим учебным планом университета по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» программы «Медиапроизводство в креативных индустриях», утвержденным в 2015 г.

# Цели освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Аудиовизуальное продюсирование» - сформировать у магистров понимание принципов создания современного аудиовизуального контента как системы последовательно применяемых технологий, ориентированных на запланированное воспроизводство отдельных выпусков телепередач.

# Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

В результате освоения дисциплины студент должен:

**Знать**

* максимально широкую палитру современных приемов и навыков, характерных для основных направлений создания аудиовизуальной продукции;
* систему форматных требований к аудивизуальному контенту;
* иметь базовые представления о психических процессах;
* методы стимуляции креативности;
* принципы программирования телевизионного и радио эфира.

**Уметь**

* уметь вести анализ психологических факторов в профессиональной деятельности журналиста;
* писать сценарии для форматных телевизионных и радиопередач;
* презентовать форматы на продюсерских питчингах;
* распределять усилия по созданию медиапроизведений между всеми участниками; творческо-производственных групп;
* рассчитывать бюджет для программ различных форматов.

**Иметь навыки (приобрести опыт)**

* пользоваться творческо-технологическим инструментарием, применяемым при создании оригинального контента в условиях поточного медиапроизводства, характерными особенностями которого является постоянный дефицит временных, информационных и финансовых ресурсов, а также использование синергии коллективного труда
* использовать ресурсы креативного контент-менеджмента, продуктивно встраиваться в сложные творческо-производственные отношения с коллегами, работать на общий результат, выстраивать личностно-профессиональные связи с членами группы, добиваться максимальной эффективности и отдачи общих затраченных усилий.

В результате освоения дисциплины студент осваивает следующие компетенции:

| Компетенция | Код по ФГОС/ НИУ | Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата) | Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции |
| --- | --- | --- | --- |
| Способен предлагать модели, изобретать и апробировать способы и инструменты профессиональной деятельности | СК-2 | Предлагает модели, изобретает и апробирует способы и инструменты медиакоммуникационной деятельности | ЛекцииСеминарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииРазбор и анализ кейсов |
| Способен совершенствовать и развивать свой интеллектуальный и культурный уровень, строить траекторию профессионального развития и карьеры | СК-4 | Самостоятельно развивает свой интеллектуальный и культурный уровень, строит траекторию профессионального развития и карьеры | Семинарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииУпражнения на развитие творческих способностейРазбор и анализ кейсов |
| Способен организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею | СК-7 | Строит многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управляет ею | Семинарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииСессии мозгового штурма и др. форм групповой творческой деятельности Шэринг  |
| Способен задавать, транслировать правовые и этические нормы в профессиональной и социальной деятельности, в том числе посредством участия в общеотраслевых союзах журналистов, деятелей культуры, руководителей СМИ и т.д | ПК-1 | Задает, транслирует правовые и этические нормы в профессиональной и социальной деятельности | ЛекцииСеминарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииСессии мозгового штурма и др. форм групповой творческой деятельности  |
| Способен использовать социальные и мультикультурные различия для решения проблем в профессиональной и социальной деятельности, с учетом норм толерантности и непредвзятости в освещении событий и руководствуясь общественным интересом | ПК-2 | Решает проблемы в профессиональнеой деятельности с использованием социальных и мультикультурных различий с учетом норм толерантности | ЛекцииСеминарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииСессии мозгового штурма и др. форм групповой творческой деятельности Шэринг  |
| Способен к осознанному выбору стратегий межличностного взаимодействия в процессе профессионального общения с коллегами, партнерами и ньюсмейкерами (героями публикаций и журналистских материалов). | ПК-4 | В процессе общения с коллегами, партнерами и ньюсмейкерами осознанно выбирает стратегии межличностного взаимодействия | Семинарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииСессии мозгового штурма и др. форм групповой творческой деятельности  |
| Способен использовать инструменты бюджетирования для финансового управления медиакомпаниями | ПК-28 | Использует инструменты бюджетирования для финансового управления медиакомпаниями | ЛекцииСеминарские и практические занятияРазбор и анализ кейсов |
| Способен оценивать творческую продукцию, ее потенциальную привлекательность для рынка | ПК-31 | Оценивает творческую продукцию, ее потенциальную привлекательность для рынка | ЛекцииСеминарские и практические занятияРазбор и анализ кейсов |
| Способен создавать медиаконтент для его публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов на государственном языке | ПК-37 | Создает медиаконтент для его публичного распространения на различных медианосителях | Семинарские и практические занятияУпражнения на развитие творческих способностейРазбор и анализ кейсовШэринг  |
| Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов | ПК-38 | Профессионально использует методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях | Семинарские и практические занятияУпражнения на развитие творческих способностейРазбор и анализ кейсовШэринг  |
| Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты | ПК-42 | Разрабатывает новые виды форматов медиапродукции и производит творческие пилотные проекты | ЛекцииСеминарские и практические занятияОбщегрупповые дискуссииСессии мозгового штурма и др. форм групповой творческой деятельности Упражнения на развитие творческих способностейРазбор и анализ кейсов |

[Компетенции для программы учебной дисциплины берутся из: стандарта ФГОС/ НИУ, где перечислены все компетенции по данной образовательной программе; из Концепции образовательной программы (или аналогичных документов), разработанной на факультете, где Компетенции представлены в форме Матрицы взаимодействия дескрипторов компетенций и учебных дисциплин.]

# Место дисциплины в структуре образовательной программы

Для специализаций программы «Медиапроизводство в креативных индустриях» настоящая дисциплина является базовой.

Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

* «История и теория медиа», «Экономика медиа», «Правовые аспекты медиа».

Для освоения учебной дисциплины, студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

* Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин:

«Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях», «Звуковые среды и продюсирование в музыкальных индустриях», «Медиапроекты для творческих индустрий», «Инфотейнмент», «Медиабрендинг», «Медиакритика», «Проектный семинар».

# Тематический план учебной дисциплины

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название раздела | Кафедра, за которой закрепленраздел | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
|  | **Первый год обучения** |  |  |  |  |  |  |
| 1 | Продюсер, как организатор производственного процесса форматных телепрограмм | Департамент медиа |  | 16 |  |  | 40 |
| 2 | Психология креативности | кафедры общей и экспериментальной психологии |  | 4 | 12 |  | 60 |
| 3 | Продюсирование звукового контента | Департамент медиа (иностранный преподаватель Б. Джудичи) |  | 14 | 30 |  | 36 |
| 4 | Продюсирование форматных программ на документальный основе  | Департамент медиа |  | 8 | 20 |  | 40 |
| 5 | Продюсирование телевизионных постановочных телеформатов. | Департамент медиа |  | 10 | 20 |  | 30 |
| 6 | Бюджетирование форматных программ | Департамент медиа |  | 4 | 6 |  | 30 |
|  | **Второй год обучения** |  |  |  |  |  |  |
| 7 | Особенности продюсирования аудиовизуального контента в независимых продакшенах  | Департамент медиа |  | 8 | 16 |  |  |
| 8 | Топ-менеджеры и генеральные продюсеры телекомпаний: принципы работа и специфика компетенций | Департамент медиа |  | 10 | 18 |  |  |

# Формы контроля знаний студентов

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Тип контроля | Форма контроля | 1 год | 2 год | Кафедра | Параметры \*\* |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 1 | 2 | 3 | 4 |
| Текущий(неделя) | ЭссеРеферат | \* |  | \* |  | \* |  |  |  | 1.кафедра общей и экспериментальной психологии; 2-3 департамент медиа. | Первое эссе по итогам раздела психология креативности: 3-4 тыс. слов Второе эссе – анализ формата телеперечи: 3-4 тыс.слов. Третье эссе (творческое) – проект формата для независимого продакшена: 1-2 тыс. слов.  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Коллоквиум |  |  |  |  |  | \* |  |  | Департамент медиа | Коллоквиум по итогам встреч с топ-менеджерами каналов.  |
| Домашнее задание |  | \* |  | \* |  |  |  |  | Департамент медиа | Первое задание (индивидуальное): аудиоролик – от 3до 7 минут.Второе задание (групповое: рассчитать бюджет передачи выбранного формата. |
| Экзамен (промежуточный) |  | \* |  | \* |  |  |  |  | Департамент медиа | Кумулятивная оценка |
|  Экзамен(итоговый) |  |  |  |  |  | \* |  |  | Департамент медиа | Кумулятивная оценка |

## Порядок формирования оценок по дисциплине

Результирующая оценка за 1 курс выглядит следующим образом:

***Орез1***= ((*Отек1* + *Отек2* ) : 2 + (*Отек3* + *Отек4* + *Отек5* ) : 3) :2

где*Отекущий* рассчитывается как взвешенная сумма всех форм текущего контроля, предусмотренных в РУП

Результирующая оценка за 2 курс выглядит следующим образом:

***Орез2***= (*Отек6* + *Отек7* ) : 2

где*Отекущий* рассчитывается как взвешенная сумма всех форм текущего контроля, предусмотренных в РУП

Итоговая оценка за 2 года обучения рассчитывается следующим образом:

***Оитог*** *= 0,7\* Орез1 + 0,3 \*·Орез2*

Способ округления накопленной оценки промежуточного (итогового) контроля в форме зачета:арифметический, в пользу студента.

# Содержание дисциплины

**Раздел 1. Продюсер, как организатор производственного процесса форматных телепрограмм**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Аудиторные часы | Самостоя­тельная работа |
| Лекции | Семинары | Практические занятия |
| 1 | Продюсирование в медиа: история, общие компетенции и задачи.  | Департамент медиа |  | 4 |  |  | 10 |
| 2 | Жанры и выразительные средства телевидения.  | Департамент медиа |  | 4 |  |  | 10 |
| 3. | Форматный контент на телевидении.  | Департамент медиа |  | 4 |  |  | 10 |
| 4 | Общие принципы телевизионного программирования | Департаментмедиа |  | 4 |  |  | 10 |

**Литература к разделу:**

1. Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М., ИД ВШЭ, 2013.
2. Костина А.В. Массовая культура как феномен постиндустриального общества. М., URSS, 2011. <http://cnb.uran.ru/userfiles/210945.pdf>
3. Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблишер, 2008

Содержание тем (для лекции, семинара)

Количество часов аудиторной работы – по темам.

Общий объем самостоятельной работы и распределение самостоятельной работы для разных видов подготовки студента: для выполнения заданий по текущему контролю, подготовки к семинарским и практическим занятиям, выполнения домашней работы, задаваемой на семинарских или практических заданиях по усмотрению преподавателя и другое.

Литература по разделу: .

Формы и методы проведения занятий по разделу, применяемые учебные технологии: например, если для освоения раздела предусмотрено проведение деловых игр, дискуссий, мастер-классов, решение задач или рассмотрение кейсов на семинарах.

**Раздел 2.Психология креативности**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 5 | Общее представление о креативности. Роль креативности в профессиональной деятельности журналиста. | кафедры общей и экспериментальной психологии |  | 4 |  |  | 10 |
| 6 | Диагностика креативности. Основные достижения и проблемы. Методы диагностики креативности. | кафедры общей и экспериментальной психологии |  |  | 2 |  | 10 |
| 7 | Проблема стимуляции креативности. Когнитивный, эмоциональный и мотивационный уровни.  | кафедры общей и экспериментальной психологии |  |  | 2 |  | 10 |
| 8 | Концепция мозгового штурма.Влияние обмена идеями на креативность. | кафедры общей и экспериментальной психологии |  |  | 4 |  | 10 |
| 9 | Роль метафор и аналогий в творческом процессе. Метод синектики | кафедры общей и экспериментальной психологии |  |  | 2 |  | 10 |
| 10. | Комбинаторные методы развития креативности. Морфологический анализ. Развитие способности к нешаблонному мышлению. | кафедры общей и экспериментальной психологии |  |  | 2 |  | 10 |

**Литература к разделу:**

1. Богоявленская Д.Б. Психология творческих способностей. Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений. М.: Академия, 2002. Глава 3. С. 103-110, 121-126.
2. Выготский Л.С. Психология искусства. Минск: Современное слово, 1998.
3. Халперн, Д. Психология критического мышления. С.- Петербург: Питер, 2000. Глава 9. С. 395-399; Глава 10. С. 448-460.
4. Яголковский С.Р. Психология креативности и инноваций. М, ИД ГУ ВШЭ, 2007. Гл.1, стр. 14-58

**Раздел 3. Продюсирование звукового контента**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 11 | Продюсирование звукового контента | Департамент медиа (иностранный преподаватель Б. Джудичи) |  | 14 | 30 |  | 36 |

**Литература к разделу:**

1. Браун Дж., Коул У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении. В 2-х томах. М.: Мир, 2002

2. Пособие для программного директора национального общественного радио. М., 2000.

3. Радио: музыкальное, новостное, общественное/под ред. Сухаревой В.А., Аллахвердова

А.А. - М., 2001.

4. LynchJ, GillispieG. ProcessandPracticeofradioProgramming. Boston, 1998

5. Norberg E. Radio programming. Tactics and Strategy. - Boston, 1996

**Раздел 4. Продюсирование форматных программ на документальный основе**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 12 | Продюсирование форматных программ на документальный основе: новостных программ и специальных репортажей, документальных циклов | Департамент медиа |  | 4 | 10 |  | 20 |
| 13 | Продюсирование форматных программ игрового характера: ток-шоу, реалити-шоу, потребительских программ, телевизионных игр и развлекательных шоу. | Департамент медиа |  | 4 | 10 |  | 20 |

**Литература к разделу**

1. Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблишер, 2008
2. Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. М.: Аспект-пресс, 2009.
3. Падейский В.В. Проектирование телепрограмм. М., 2004.
4. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И.Сидоренко, П.К.Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

**Раздел 5 Продюсирование телевизионных постановочных телеформатов**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 14 | Продюсирование телевизионных сериалов и иных постановочных программ. | Департамент медиа |  | 10 | 20 |  | 30 |

**Литература к разделу:**

1. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И.Сидоренко, П.К.Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
2. Розенталь А. Создание кино и видеофильмов от А до Я. М: Изд-во ТРИУМФ, 2004
3. Митта А. Кино между адом и раем. М.: Зебра, 2012

**Раздел 6 Бюджетирование форматных программ**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 15 | Бюджетирование форматных программ | Департамент медиа |  | 4 | 6 |  | 30 |

1. Хэлдман Ким Управление проектами. Быстрый старт / Ким Хелдман; Пер. с англ. Шпаковой Ю.; Под ред. Неизвестного С. И. – М.: ДМК Пресс; Академия АйТи, 2008.
2. Куправа Т.А. Управление проектами. Вводный курс: Учеб. пособие. – М.: изд-во РУДН, 2008.
3. Клиффорд Ф. Грей, Эрик У. Ларсон Управление проектами: Практическое руководство/ Пер. с англ — М.: Издательство «Дело и Сервис», 2003. — 528 с. (гл. 4 «Разработка сетевого плана», с. 109- 159, гл. 7 «Календарное планирование ресурсов», с. 222-253);
4. Мазур И.И., Шапиро В.Д., Ольдерогге Н.Г. Управление проектами: Учебное пособие / Под общ. ред. И.И. Мазура. — 2-е изд. — М.: Омега-Л, 2004. — с. 664. (гл. 19 «Управление ресурсами проекта»);

**Раздел 7. Особенности продюсирования аудиовизуального контента в независимых продакшенах**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 16 | Особенности продюсирования аудиовизуального контента в независимых продакшенах  | Департамент медиа |  | 8 | 16 |  |  |

1. Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблишер, 2008
2. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И.Сидоренко, П.К.Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010

**Раздел 8. Топ-менеджеры и генеральные продюсеры телекомпаний: принципы работа и специфика компетенций**

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Название раздела | Кафедра, за которой закреплен раздел | Всего часов  | Лекции | Семинары | Практические занятия. | Самостоятельная работа |
| 17 | Топ-менеджеры и генеральные продюсеры телекомпаний: принципы работа и специфика компетенций | Департамент медиа |  | 10 | 18 |  |  |

1. Зубок А. Телевизионный бизнес. М.: Школа издательского и медиа бизнеса, 2012.
2. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиа-компаниями: реализация творческого потенциала / Аннет Айрис, Жак Бюген; [пер.с англ. Ю.А.Константинова, Д.И.Эркенова].М.: Издательский дом «Университетская книга»: АНО «ШКИМБ», 2010
3. Астахов П.А. Справочник журналиста и руководителя СМИ/ П.А.Астахов. М.: Эксмо, 2008
4. Хант Л. Основы телевизионного брэндинга и эфирного промоушна. М.: Престиж, 2004

# Образовательные технологии

При проведении занятий по заявленным темам предусматривается использование следующих образовательных технологий:

* Лекции
* Семинарские и практические занятия
* Общегрупповые дискуссии
* Сессии мозгового штурма и др. форм групповой творческой деятельности
* Упражнения на развитие творческих способностей
* Разбор и анализ кейсов
* Шэринг

# Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

## Тематика заданий текущего контроля

Эссе 1. По итогам раздела психология креативности.

1. Содержание понятия “креативность”. Соотнесение понятий “творчество” и “креативность”.
2. Виды креативности, области её применения.
3. Краткая характеристика основных подходов к исследованию креативности и творческого мышления.
4. Ассоцианистский подход к изучению творчества и креативности.
5. Психоаналитические модели креативности.
6. Психофизиологический подход к исследованию креативности.
7. Модель творческого процесса по Г.Уоллесу.
8. Когнитивный подход в исследованиях креативности и творчества.
9. Автобиографические исследования творческой личности.
10. Социокультурный подход к изучению творчества.
11. Системный подход в исследованиях креативности.
12. Стимуляция креативности на когнитивном уровне.
13. Эмоциональные составляющие креативности.
14. Мотивационные детерминанты креативности.
15. Методы развития и стимуляции креативности. Общая характеристика.
16. Мозговой штурм, его основные правила.

Эссе 2. Анализ формата телеперечи

1. Проанализируйте формат ток-шоу (выбор по согласованию преподавателя и студента)
2. Проанализируйте формат реалити-шоу (выбор по согласованию преподавателя и студента)

Эссе 3. Проект формата для независимого продакшена

1. Разделитесь на творческие группы, разработайте формат телевизионной передачи и презентуйте его комиссии.

## Вопросы для оценки качества освоения дисциплины

1.Медиа в современной экономической модели

2.Медиапотребление – ключевой фактор роста медиарынка

3.Фрагментация контента

4.Диверсификация масс-медиа

5.Общая стуктура эфирого вещания

6.Принципы программирования.

# Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

## Базовый учебник

1. Келлисон К. Продюсирование на телевидении: практический подход / Пер. с англ. Б.С. Станкевич; науч. ред. В.Е. Максимов. Минск: Гревцов Паблишер, 2008
2. Браун Дж., Коул У. Эффективный менеджмент на радио и телевидении. В 2-х томах. М.: Мир, 2002

## Основная литература

1. Новикова А.А. Телевизионная реальность: экранная интерпретация действительности. М, Издательство НИУ ВШЭ, 2013.
2. Профессия – продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И.Сидоренко, П.К.Огурчикова. – М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2010
3. Хэлдман Ким Управление проектами. Быстрый старт / Ким Хелдман; Пер. с англ. Шпаковой Ю.; Под ред. Неизвестного С. И. – М.: ДМК Пресс; Академия АйТи, 2008.
4. Яголковский С.Р. Психология креативности и инноваций. М, ИД ГУ ВШЭ, 2007
5. Хант Л. Основы телевизионного брэндинга и эфирного промоушна. М.: Престиж, 2004
6. Mitchell Leslie. Production Management for Television. 2009

.

## Дополнительная литература

Кемарская И.Н. Телевизионный редактор. М.: Аспект-пресс, 2009.

Радио: музыкальное, новостное, общественное/под ред. Сухаревой В.А., Аллахвердова А.А. - М., 2001.

Федутинов Ю.Ю. Независимое радиовещание: уроки успеха. М., 1997.

Бубукин А.В. Эфирные тайны. Новосибирск, 2003.

Телевидение: режиссура реальности. Сост. Д. Дондурей. М.: Искусство кино, 2007

Bignell Jonathan. An Introduction to Television Studies, 2004

Mitchell Leslie. Production Management for Television. 2009