

МИНОБРНАУКИ России
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Основы телевизионного программирования и концепция вещания

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность: «Журналистика и цифровые медиакоммуникации»

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

2022, 2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ВО 3++ – бакалавриат направления подготовки 42.03.02 «Журналистика», утверждённого МИНОБРНАУКИ России 08.06.2017 г. (приказ № 524, зарегистрирован 29.06.2017 г., регистр. № 47219).

Разработал: Оверчук И.И. ст.преп. кафедры МКиТ

Рецензент: Сажин С.В. Начальник службы радиовещания
филиала ФГУП ВГТРК ГТРК "Кострома"

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 21.04.2022г.

ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 30.03.2023г.

- **Цели и задачи освоения дисциплины**

Цель дисциплины:

Получить теоретическое представление и практические навыки разработки концепции вещания, получить представление о том, что включает в себя экономическое обоснование запуска канала.

Задачи дисциплины:

1. знакомство студентов с лучшими образцами отечественного и мирового телевизионного программирования.
2. определение формата, программирование, планирование редакционной деятельности и анализ его результатов.
3. профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать:

- историю возникновения и рынок СМИ в России и в Костроме;
- особенности формирования местного медиарынка электронных СМИ;
- особенности зрительской аудитории;
- типы и формат программ;
- основные принципы и особенности программирования;
- основы формирования и координации трафика (Play-list), в том числе во внештатных ситуациях;
- основы работы программного директора современной региональной телекомпании.

Уметь:

анализировать, оценивать и редактировать медиатексты, приводить их в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов

- анализировать рынок и аудиторию по результатам социологических исследований;
- обосновывать выбор сетевого партнера при разработке (анализе) концепции;
- разрабатывать программную политику канала в соответствии с поставленными задачами;
- формировать окна вещания в соответствии с программной политикой;
- распределять программный продукт с учетом основных принципов программирования – составление перспективных и календарных сеток вещания.
- придерживаться установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта

Владеть:

- навыками анализа, оценки и редактирования медиатекстов,
- навыками, необходимыми для участия в разработке, анализе и коррекции концепции
 - навыками работы программного директора; проведения переговоров; заключения договоров; общения со зрителями/ слушателями; руководства подчиненными; проведения

социологических исследований; проведения анализа социологических исследований; основ редакторской деятельности.

- навыками распределения своих трудовых ресурсов в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами

ПК-6 Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта.

ПК-6.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и

(или) продукта

ПК-6.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами

ПК-6.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б1.В» по направлению подготовки ПО 42.03.02. – журналистика. Она осваивается студентами в 7 семестре.

Изучение материала идет на двух уровнях – теоретическом и практическом. Аудиторная работа включает в себя лекции, лабораторные занятия и самостоятельную работу студентов. Курс состоит из двух частей: часть первая – изучение основ концепции вещания телеканалов и приемов программирования ТВ-контента, часть вторая — анализ схемы концепции и программной политики телеканалов, функционирующих на рынке г. Костромы.

Для успешного освоения данного курса студентам необходим комплекс знаний, обеспечиваемых рядом параллельно читаемых дисциплин, с которыми он координируется. Это сведения общеориентирующего характера о журналистской профессии; понимание роли СМИ в обществе, знание их функций, особенностей массовой информации ; представление о специфике средств массовой информации, их типах и видах ; навыки текстовой деятельности как основы журналистской практики, понимание речевой структуры личности автора, знание критериев оценки правильности речи, навыки редактирования нарушений языковых норм ; понимание сути процессов массовой коммуникации и факторов, определяющих её эффективность; знакомство с новыми информационными технологиями и техническим оснащением современных СМИ . Знания и навыки, полученные студентами в результате изучения курса «Основы телевизионного программирования и концепция вещания», выступают в качестве теоретико-методических предпосылок при подготовке к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, дальнейшей профессиональной деятельности.

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

Очная

Виды учебной работы,	Всего часов	Семестры
		7
Общая трудоемкость в зачетных единицах	2	2

Общая трудоемкость в часах	72	72
Аудиторные занятия в часах, в том числе:	48	48
Лекции	16	16
Практические занятия	32	32
Лабораторные занятия	-	-
Самостоятельная работа в часах	23,75 + 36	23,75 + 36
ИКР	0,25	0,25
Форма промежуточной аттестации	экзамен	экзамен

4.2.Объем контактной работы

Очная

Виды учебных занятий	Всего часов	Семестры
		7
Лекции	16	16
Практические занятия	32	32
Лабораторные занятия	-	-
Консультации	-	-
Зачет/зачеты		
Экзамен/экзамены	-	-
Курсовые работы	-	-
Курсовые проекты	-	-
Всего	48	48

5.Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

Очная

№	Название раздела, темы	Всего час	Аудиторные занятия		Самостоятельная работа
			7 семестр		7 семестр
			Лекц.	Практ.	
1.	История и основные этапы (периодизация) развития отечественного телевидения Динамика развития телевизионных жанров. История формирования местного рынка СМИ.	12	4	6	2

2	Структура телестанции и место в ней программного директора (редактора). Основные причины необходимости программирования каналов. Концепция вещания. Сетка вещания	14	4	6	4
3	Основные принципы программирования	16	4	6	6
4	Экономическое обоснование запуска канала	16	4	6	6
5	Анализ регионального рынка (защита)	13,75	-	8	5,75
	Подготовка к экзамену	36,25			36+0,25
	Итого:	72	16	32	23,75+36

5.2. Содержание разделов дисциплины

Тема 1. Введение. История и основные этапы (периодизация) развития отечественного телевидения.

История и основные этапы (периодизация) развития отечественного телевидения:

1. В зависимости от состояния научной базы и технического развития. (Егоров В. В. Телевидение: теория и практика.)
2. Основываясь на развитии профессионального состояния телевидения и профессиональных качеств его работников. (Кузнецов Г. В. Телевизионная журналистика: учебник.)
3. На основании изменения политической и общественной ситуации в стране.

Динамика развития телевизионных жанров. История формирования местного рынка СМИ.

Изменения в существующем законодательстве (законы о СМИ, об авторском праве, о рекламе). Возникновение сетей и их влияние на развитие региональных телекомпаний. Основные причины необходимости программирования каналов.

Структура телестанции и место в ней программного директора (редактора).

Медиарынок: федеральный и региональный. Первичный анализ рынка – для чего он может проводиться. Основные критерии, учитываемые при позиционировании канала

Методы исследования аудитории и медиарынка. Рейтинги – кто, зачем и как их составляет?

Основные понятия, используемые при проведении социологических исследований по оценке медиарынка. Социальный портрет аудитории. Как работать с результатами социологических исследований.

Тема 2. Позиционирование канала. Концепция вещания.

Как выбрать способ программного наполнения – сетевое партнерство или собственное программирование. Юридическая основа взаимовыгодного сотрудничества – договора, лицензии, права.

Обзор сетей, спутниковых каналов, предлагаемых на рынке контента России. Анализ рейтингов, в том числе каналов, предлагаемых в пакетах кабельных операторов на рынке г. Кострома.

Что такое концепция вещания канала? Задачи станции.

Основные направления программной политики. Общие положения: что представляет из себя прогнозируемый канал (учредители, форма собственности, источники финансирования), принципы построения программной политики (сетевое партнерство или собственное программирование; целевая зрительская аудитория; пути решения основных задач; выбор наиболее приоритетного направления вещания (на основании анализа социологических и маркетинговых исследований); выбор типа вещания, определяющего программную политику станции); схема сопряжения сетевого и собственного программного продукта; формы производства собственного программного продукта, позволяющие решать поставленные концепцией задачи; процентное соотношение программ, составляющих программное наполнение канала (собственное производство по блокам, собственное производство и используемый программный продукт); примерный расчет затрат на производство программ (в зависимости от периодичности выхода, хронометража).

Смена концепции. В каких случаях необходимо менять концепцию. Вопросы, которые необходимо учитывать, при смене концепции (кого могут затронуть изменения и как к этому готовиться)

Тема 3. Основные принципы программирования

Особенности отдельных программ по рейтингам на федеральном и региональном рынках. Региональные ремейки.

Социальные или коммерческие? – некоторые нюансы подачи информации в современном медиaprостранстве.

Понятие паспорта программы как основного документа, подтверждающего готовность запуска проекта в производство.

Общепринятые (классические) виды формата телевизионных программ и причины.

Типы программ (по содержанию): информационно-аналитические, социально-политические, экономические, художественные, музыкально-развлекательные, познавательные, образовательные, спортивные, детские и т. д.. Особенности разработки программной политики с учетом типов производимых (используемых) программ.

Перспективный план вещания – чем он определяется, основные требования.

Что такое программная сетка вещания и что ее определяет: целевая аудитория, региональные окна, временные особенности формирования сетки – сезонные, недельные, часовые, тематические.

Основные принципы программирования: формат (программа передач) – чистый, полосатый, стеганный формат; прайм-тайм.

Формирование окон вещания. Основные принципы формирования окон регионального вещания - раздробленные блоки, моноблоки, прайм-тайм, стабильность сетки, повторы.

Основные принципы программирования (продолжение): форматники (самореклама, промо, анонсы). Для чего нужна самореклама, способы достижения поставленных целей: самореклама в печатных и других электронных СМИ, наружная самореклама, самореклама в собственном эфире, использование фирменного стиля канала. Типы анонсов: вертикальное последовательное анонсирование, вертикальное выборочное анонсирование, диагональное и горизонтальное анонсирование.

Основные принципы программирования (продолжение): переходы – основные принципы сопряжения программ (принцип перетекания, принцип гамака, принцип скачков, принцип передней загрузки); актуальность и рациональность использования повторов.

Роль ведущих (дикторов и корреспондентов).

Рекламные слоты: закон о рекламе (общие положения и понятия; особенности рекламы в СМИ, в том числе ТВ-рекламы); принципы формирования рекламных окон (в сопряжении с рекламной сеткой сетевого партнера, с учетом основных принципов закона о рекламе, с учетом использования «БС»).

Способы продажи рекламного времени: индивидуальное и пакетное размещение, скидки. Медиа-планирование. Трафик.

Особенности программирования канала в период проведения избирательной кампании (референдума). Основные особенности в свете положений ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ» и ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в Референдуме граждан РФ». Агитационный период. Резервирование эфирного времени: объем бесплатного эфирного времени, обеспечение равных условий, предоставление времени для проведения совместных мероприятий. Условия предоставления зарезервированного эфирного времени. Условия предоставления эфирного времени на платной основе.

Анализ наиболее часто встречающихся ошибок программирования телеканала.

Тема 4. Экономическое обоснование запуска канала

Экономическое обоснование запуска/ смены концепции канала.

Тема 5. Творческая защита анализа регионального ТВ-рынка

Основные принципы построения презентации телеканала с учетом целевой аудитории (экспертов).

Иллюстративное сопровождение презентации. Принципы наглядности при проведении презентации творческой работы.

Способы управления аудиторией во время проведения творческой защиты.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Часы	Методические рекомендации Рекомендуемая литература	Форма контроля
1	Позиционирование канала. Медиарынок: федеральный и региональный. Первичный анализ рынка	Подготовка презентации анализа рынка	2	(1,2,5,8,11,13)	Практическое задание Индивидуально-групповое задание
2	Социальный портрет аудитории Проведение исследования местного контента и аудитории.	Анализ контентного предпочтения аудитории методом анкетирования	2	(3,5,7,9,)	Практическое задание Индивидуально-групповое задание
3	Целевая аудитория	Определить типы целевой аудитории ТВ и особенности выделения целевых групп воздействия для выбранных ТВ каналов	2	(5,6,7,8,9,14)	Аналитическая работа

4	Анализ рейтингов, в том числе каналов, предлагаемых в пакетах кабельных операторов на рынке г. Кострома.	Анализ коммерческого телеканала на выбор Подготовка презентации анализа рынка кабельной индустрии РФ	4	(1,2,4,8,9,16,18,20)	Реферат Практическое задание Индивидуальное задание Аналитическая работа
5	Концепция вещания.	Контент и программирование телеканалов. Программирование на эфирных телеканалах.	4	(2,3,4,5,7,8,11,15)	Аналитическая работа Практическое задание
6	Основные принципы программирования	Мониторинг эфирных и кабельных телеканалов	10	(3,4,7,13,19,21-27)	Практическое задание Индивидуальное задание Аналитическая работа
7	Экономическое обоснование запуска/ смены концепции канала	Проанализировать на примерах причины и перспективы (результаты).	2	(1,2,3,4,5,6)	Практическое задание Индивидуальное задание Аналитическая работа
8	Творческая защита анализа регионального ТВ-рынка	Проведение анализа регионального телевизионного рынка (на примере одного из телеканалов)	14	(18,19,20,28)	Практическое задание Индивидуально-групповое задание Аналитическая работа
9	Подготовка к экзамену	Индивидуальная подготовка	36	(1-28)	Сдача экзамена

Методические рекомендации студентам, изучающим дисциплину

Преподавание дисциплины основано на сочетании лекций и лабораторных занятий. В их основе ориентация на современные инновационные образовательные

технологии, предполагающие использование активных методов обучения, с помощью которых достигается не только освоение студентами технологии деятельности, но и личностное развитие – необходимое условие формирования мастерства. В процессе освоения курса применяются современные образовательные технологии:

- диалоговые формы организации учебной деятельности студентов: проблемно-поисковые диалоги, семинары-дискуссии, анализ конкретных ситуаций;
- проблемная лекция: создание проблемной ситуации, анализ проблемной задачи.

Для оценки процесса освоения материала в ходе текущей и промежуточной аттестации используется решение студентами практических задач на основе изученного теоретического материала.

Текущий контроль организуется в формах:

- устного опроса (фронтальной беседы, индивидуального опроса, докладов);
- контрольных работ;
- проверки письменных заданий (решения практико-ориентированных задач, подготовка и защита рефератов).

6.2. Тематика и задания для практических/ лабораторных занятий

Лабораторная работа № 1. (4 часа) - ПЕРВИЧНЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА СМИ КОСТРОМЫ

Характеристика основных составляющих регионального рынка СМИ (СМИ, аудитория, рекламодатели) — результаты наблюдений заносятся в таблицу, проводится аудиторный анализ собранных материалов. На основании наблюдений студентам предлагается дать общую характеристику рынка, прокомментировать типологический состав СМИ, представленных на рынке, более подробно остановиться на анализе эфирных телеканалов

СМИ	принадлежность лицензии	вещание по лицензии	территория вещания	способ программирования	сетевой партнер	тематика вещания	время регионального вещания	программное наполнение	целевая аудитория

- a.i. Психологический портрет потенциального потребителя (зрителя, слушателя, читателя, покупателя и т. д.) на Костромском
- a.ii. рынке СМИ предлагается сформулировать последующей схеме:

1. Пол

§ мужской

§ женский

2. Возраст:

§ От 18 до 29 включительно

§ от 30 до 49

§ 50 и старше

3. Образование:

§ Неполное среднее (окончили семилетку/ восьмилетку или начальную школу)

§ Среднее (окончили среднюю школу или ПТУ на базе полного средн. образования)

§ Среднее специальное (окончили училище или техникум)

§ Незаконченное высшее (3 или более курса ВУЗа)

§ Высшее

4. Род занятий:

§ Безработный, временно не работающий

§ Служащий без специального образования

§ Работник сферы обслуживания (водитель, продавец и т.п.)

§ Квалифицированный рабочий (в том числе мастер, бригадир)

§ Неквалифицированный рабочий (разнорабочий, дворник, грузчик и т.п.)

§ Военнослужащий, МВД, прокуратура, таможня, налоговая полиция

§ Домохозяйка

§ Свободные профессии (художник, адвокат, нотариус, литератор и т.п.) – исключены из анализа как статистически незначимые

§ Индивидуальное или семейное предпринимательство (ремесленное производство, частный извоз, торговля, реализация сельхозпродукции и т.п.)

§ Пенсионер (неработающий)

§ Руководитель, управленческий работник

§ Специалист без руководящих функций (со специальным образованием)

§ Учащийся, студент

5. Социальный слой (по уровню доходов):

§ К самому нижнему социальному слою

§ Где-то между нижним и средним

§ К среднему социальному слою

§ Где-то между средним и высшим – исключены из анализа как статистически незначимые

§ К высшему социальному слою – исключены из анализа как статистически незначимые

a.iii.

Лабораторная работа №2 (4 часа) СЕТКА ВЕЩАНИЯ

Цель: освоить технические приемы исполнения сетки вещания, на наглядном практическом материале приобрести навыки долгосрочного планирования сетки вещания телеканала.

a.iv. Студентам на выбор предлагаются два телеканала (один — эфирного вещания, второй — кабельный или спутниковый). Работа может выполняться как в парах, так и индивидуально.

a.v. **Подготовительное задание:** собрать как можно больше материалов о программном наполнении выбранных каналов, о контенте и тематике вещания, о продолжительности и времени выхода (повторов) программ.

a.vi. Используя собранные материалы, составить сетки вещания выбранных каналов, используя теоретические знания, полученные на лекционных занятиях.

По результатам работы проводится анализ с обязательной характеристикой канала и разбор допущенных ошибок.

Лабораторная работа № 3. (8 часов) МОНИТОРИНГ ЭФИРНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ НА КОСТРОМСКОМ РЫНКЕ

Задание на проведение мониторинга эфирного телевидения в г. Кострома

с _____ по _____

- a.vii. Просмотр и изучение программ ТВ на региональном рынке с целью выявления приоритетов по аудитории, тематике вещания и содержанию в зависимости от времени суток (дней недели).
- a.viii. Обоснование наличия/отсутствия аудитории на региональном рынке эфирного ТВ в зависимости от времени суток (дней недели).
- a.ix. Выявление свободных ниш вещания.
- a.x. Подробный мониторинг региональных окон с целью формирования и корректировки сеток вещания.
- a.xi. Обоснование формирования оптимальных окон регионального вещания в зависимости от режима дня и потребностей аудитории и конкурентной среды на эфирном рынке ТВ.

Примерный план работы:

7. Определение понятий, используемых в анализе мониторинга: региональный рынок; потенциальная, целевая и фактическая аудитория; ниша вещания; окна регионального вещания; социальный портрет аудитории; контент и его тематика.
8. Составление социального портрета потенциальной телеаудитории Костромского рынка эфирного ТВ (с учетом динамики изменения этой аудитории в течении эфирных суток/дней недели).
9. Отслеживание телевещания на двух телеканалах эфирного вещания (федеральный + региональный) за весь указанный период;
10. Выявление наличия/отсутствия предложения тематического вещания за определенные отрезки времени суток/дней недели.
11. Выявление соответствия/несоответствия потенциальной аудитории тематическому предложению за определенные отрезки времени суток/дней недели — в сравнении с данными п.2.
12. Выявление соответствия/несоответствия тематического предложения фактической аудитории за определенные отрезки времени суток/дней недели на определенных отрезках времени.
13. Корректировка сетки вещания регионального канала по результатам мониторинга (вход/выход, программное наполнение, рекламные блоки, анонсирование, использование повторов и т. д.)

Лабораторная работа № 4. (4 часа) — АНАЛИЗ РЕГИОНАЛЬНОГО ЭФИРНОГО РЫНКА ТЕЛЕВЕЩАНИЯ В КОСТРОМЕ (творческая защита)

работа выполняется индивидуально или в составе группы 2-3 человека

По итогам анкетирования, мониторинга, изучения теоретических и практических материалов, разобранных в ходе освоения теоретического курса и цикла лабораторных работ, а также при выполнении заданий в рамках самостоятельной подготовки, студенты

пишут мини-исследование костромского рынка эфирного телевидения и готовят творческую презентацию, которую защищают при отчете по данной лабораторной работе. Требования к подготовке, сбору материала, проведению анализа, написанию работы и защите подробно разбираются в лекционном материале и на подготовительных консультациях. Текст работы оформляется в соответствии с ПРАВИЛАМИ ОФОРМЛЕНИЯ ТЕКСТОВЫХ ДОКУМЕНТОВ (Руководящий документ по оформлению рефератов, отчетов о лабораторных работах, практиках, пояснительных записок к курсовым проектам и выпускным квалификационным работам, Кострома КГУ 2017).

7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование
<i>а) основная:</i>	
1	Челякин, Ю.В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Ю.В. Челякин ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Уральский федеральный университет имени первого Президента России Б. Н. Ельцина. - 2-е изд., стер. - Москва : ФЛИНТА : УрФУ, 2018. - 113 с. - Библиогр. в кн. - ISBN 978-5-9765-3481-0. - ISBN 978- 5-7996-2204-6 (Изд-во Урал. ун-та) ; То же [Электронный ресурс]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=482107
2	Лозовский, Б. Н. Журналистика: профессиональные стандарты [Электронный ресурс] / Б. Н. Лозовский. - Екатеринбург: [Б. и.], 2007. - 93 с. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=370913
3	Кузнецов, Иван Васильевич. История отечественной журналистики (1917-2000) : учеб. комплект : учеб. пособие, хрестоматия : рекомендовано УМО РФ / Кузнецов, Иван Васильевич. - 3-е изд., испр. - М. : Флинта : Наука, 2006. - 640 с. - Библиогр.: с. 634-635. - ISBN 5-89349-369-9. - ISBN 5-02-022715-3 : 294.00. (30)
4	Средства массовой информации России : Учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / М. И. Алексеева [и др.] ; Под ред. Я. Н. Засурского. - М. : Аспект Пресс, 2005. - 382 с. - (Серия "Классический университетский учебник"). - Рекомендовано УМО. - Библиогр.: с. 381-382. - ISBN 5-7567-0374-8 : 249.00. (24)
<i>б) дополнительная:</i>	
5	Цвик, В. Л. Телевизионная журналистика : История. Теория. Практика: Учеб. пособие / В. Л. Цвик. - М. : Аспект Пресс, 2004. - 382 с. - Библиогр.: с. 378-380. - ISBN 5-7567-0318-7 : 188.50. (15)
6	Ненашев, М. Ф. Иллюзии свободы. Российские СМИ в эпоху перемен (1985–2009) [Электронный ресурс] / М. Ф. Ненашев. – М.: Логос, 2010. – 320 с. - ISBN 978-5-98704-504-6. http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=469113
7	Мечет, О.М. Особенности развития системы массовой информации в постсоветской России / О.М. Мечет. - Москва : Лаборатория книги, 2012. - 113 с. - ISBN 978-5-504-00781-6 ; То же [Электронный ресурс]. -

	URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=140263
8	Конвергентная журналистика как новая модель для медиабизнеса [Электронный ресурс] : статья / Материалы международной научно-практической конференции «Журналистика в 2014 году. СМИ как фактор общественного диалога». – М.: МедиаМир, 2015. – С. 20-21. - Режим доступа: http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=506113
9	Медиаконвергенция и мультимедийная журналистика / [сост. С. Балмаева]. - Екатеринбург : Гуманитарный ун-т, Кабинетный ученый, 2011. - 146, [2] с. - ISBN 978-5-7741-0126-9. - ISBN 978-5-7525-2715-9 : 150.00. (1)
	Рекомендованная литература
10	Вагнер Д., Гринберг П., Маркоф Ш. Творческий телевизионный менеджмент. Интервью , 1994
11	Пособие для программного директора национального общественного радио. М., 2000
12	Херфорд П. Вы хотите управлять телестанцией? Руководство для менеджеров телестанций в странах, недавно перешедших к рыночной экономике. М. 2001.
13	Коломиец Т.В. Невидимые творцы телевизионного эфира. Часть 1 // «Broadcasting. Телевидение и радиовещание». 2010. №3. http://www.broadcasting.ru/articles2/humanit/nevidimietvorci-televizionnogoeffira-1 .
14	Сухарева В.А. Что такое «формат»? Или искусство массовой кулинарии // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. №6. С. 75-76.
15	Кемарская И.Н. Формат как способ позиционирования программы // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 65-70.
16	Дашевская И. Масс Медиа: Программирование на ТВ. 2009. http://www.broadcasting.ru/articles2/content/mass-media-programmirovanie-na-tv
17	Астахов И.А. Программирование эфира как элемент телевизионного менеджмента // Россия и социальные изменения в современном мире: сб. статей аспирантов. М.: Макс Пресс, 2004. С. 76-78.
18	Качкаева А. Г. Жанры и форматы современного телевидения. Последствия трансформации // Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика. 2010. № 10. С. 40-47.
19	Акинфиев С.Н. Развлекательная составляющая современного российского телевидения // Медиаскоп, 2008. №2. www.mediascope.ru/node/230
20	Зубок А., ПОЧЕМУ ПО ТЕЛЕВИЗОРУ СНОВА НЕЧЕГО СМОТРЕТЬ? Как формируется программа передач и по каким причинам многим она не нравится, http://www.kinometro.ru/tv/show/name/pochemu_po_TV_nechego_smotret_9772

21	ФЗ «Об авторском праве и смежных правах» (в последней редакции). http://www.consultant.ru
22	ФЗ «О рекламе» (в последней редакции). http://www.consultant.ru
23	ФЗ «О средствах массовой информации» (в последней редакции). http://www.consultant.ru
24	ФЗ «О выборах депутатов Государственной Думы Федерального Собрания РФ» (в последней редакции). http://www.consultant.ru
25	ФЗ «О выборах Президента РФ» (в последней редакции). http://www.consultant.ru
26	ФЗ «Об основных гарантиях избирательных прав и права на участие в Референдуме граждан РФ», (в последней редакции). http://www.consultant.ru
27	Избирательный Кодекс Костромской области (в последней редакции), http://www.kostroma.vybory.izbirkom.ru/region/kostroma/
28	Телевидение — королевство кривых зеркал. Анализ вещания «Первого канала» и «России», http://inance.ru/2014/12/televidenie/ , https://whatisgood.ru/theory/science/televidenie-korolevstvo-krivyx-zerkal/

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

Информационно-образовательные ресурсы:

1. Библиотека ГОСТов. Все ГОСТы, [Электронный ресурс], URL:<http://vsegost.com/>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»
3. ЭБС «Znanium»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Программа по «Введению в профессию» обеспечена учебной, учебно-методической литературой.

При изучении дисциплины рекомендуется также обратиться к веб-ресурсам.

компьютерное и мультимедийное оборудование для демонстрации компьютерных презентаций в процессе чтения лекций и проведения практических и семинарских занятий;

пакет тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов;
видео - аудиовизуальные средства обучения для использования в процессе практических и семинарских занятий

электронная библиотека курса.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебный корпус «В», ауд. №45 (занятия лекционного, семинарского типа, групповых консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации)	24 рабочих места; доска трехсекционная; экран – 1 шт.; мультимедийный проектор – 1 шт.; компьютер – 8 шт;	LibreOffice GNU LGPL v3+ , свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом Adobe Acrobat Reader, проприетарная, бесплатная программа для просмотра документов в формате PDF