

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Юров Сергей Серафимович Автономная некоммерческая организация высшего образования

Должность: ректор

Дата подписания: 05.08.2026 09:44:23

Уникальный программный ключ:

3cba11a39f7f7fadc578ee5ed1f72a427b45709d10da52f2f114bf9bf44b8f14

“ИНСТИТУТ БИЗНЕСА И ДИЗАЙНА”

ФАКУЛЬТЕТ УПРАВЛЕНИЯ БИЗНЕСОМ

УТВЕРЖДАЮ

Ректор _____ С.С. Юров

«26» февраля 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЭКОНОМИКА КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ

Специальность: 55.05.04 Продюсерство

Специализация: Продюсер мультимедиа

Уровень высшего образования: специалитет

Форма обучения: очная

Москва, 2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

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

Задачи:

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

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

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

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

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

2. Структура дисциплины

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

Структура дисциплины для очной формы обучения

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

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

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов

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

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

3. Содержание дисциплины

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

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

4. Образовательные технологии

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

5. Оценка планируемых результатов обучения

Оценивание знаний обучающихся осуществляется по 4-балльной шкале при проведении экзаменов и зачетов с оценкой (оценки «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» и «неудовлетворительно») или 2-балльной шкале при проведении зачета («зачтено», «не зачтено»).

При прохождении обучающимися промежуточной аттестации оцениваются:

1. Полнота, четкость и структурированность ответов на вопросы, аргументированность выводов.

2. Качество выполнения практических заданий (при их наличии): умение перевести теоретические знания в практическую плоскость; использование правильных форматов и методологий при выполнении задания; соответствие результатов задания поставленным требованиям.

3. Комплексность ответа: насколько полно и всесторонне обучающийся раскрыл тему вопроса и обратился ко всем ее аспектам.

Критерии оценивания

4-балльная шкала и 2-балльная шкалы	Критерии
«Отлично» или «зачтено»	1. Полные и качественные ответы на вопросы, охватывающие все необходимые аспекты темы. Обучающийся обосновывает свои выводы с использованием соответствующих фактов, данных или источников, демонстрируя глубокую аргументацию. 2. Обучающийся успешно переносит свои теоретические знания в практическую реализацию. Выполненные задания соответствуют высокому уровню качества, включая использование правильных форматов, методологий и инструментов. 3. Обучающийся анализирует и оценивает различные аспекты темы, демонстрируя способность к критическому мышлению и самостоятельному исследованию.
«Хорошо» или «зачтено»	1. Обучающийся предоставляет достаточно полные ответы на вопросы с учетом основных аспектов темы. Ответы обучающегося имеют ясную структуру и последовательность, делая их понятными и логически связанными. 2. Обучающийся способен применить теоретические знания в практических заданиях. Выполнение задания в целом соответствует требованиям, хотя могут быть некоторые недочеты или неточные выводы по полученным результатам. 3. Обучающийся представляет хорошее понимание темы вопроса, охватывая основные аспекты и направления ее изучения. Ответы обучающегося содержат достаточно информации, но могут быть некоторые пропуски или недостаточно глубокие суждения.
«Удовлетворительно» или «зачтено»	1. Ответы на вопросы неполные, не охватывают всех аспектов темы и не всегда структурированы или логически связаны. Обучающийся предоставляет верные выводы, но они недостаточно аргументированы или основаны на поверхностном понимании предмета вопроса. 2. Обучающийся способен перенести теоретические знания в практические задания, но недостаточно уверен в верности примененных методов и точности в их выполнении. Выполненное задание может содержать некоторые ошибки, недочеты или расхождения. 3. Обучающийся охватывает большинство основных аспектов темы вопроса, но демонстрирует неполное или поверхностное их понимание, дает недостаточно развернутые объяснения.
«Неудовлетворительно» или «не зачтено»	1. Обучающийся отвечает на вопросы неполно, не раскрывая основных аспектов темы. Ответы обучающегося не структурированы, не связаны с заданным вопросом, отсутствует их логическая обоснованность. Выводы, предоставляемые обучающимся, представляют собой простые утверждения без анализа или четкой аргументации. 2. Обучающийся не умеет переносить теоретические знания в практический контекст и не способен применять их для

	выполнения задания. Выполненное задание содержит много ошибок, а его результаты не соответствуют поставленным требованиям и (или) неправильно интерпретируются. 3. Обучающийся ограничивается поверхностным рассмотрением темы и не показывает понимания ее существенных аспектов. Ответ обучающегося частичный или незавершенный, не включает анализ рассматриваемого вопроса, пропущены важные детали или связи.
--	--

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

4 семестр

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

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

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

Критерии оценивая доклада:

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

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

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

1-9 баллов - Продemonстрирован неудовлетворительный уровень владения материалом. Проявлены недостаточные способности применять знания и умения к выполнению конкретных заданий.

Подготовка аналитической работы ОПК - 4.1 и ОПК - 4.2

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

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

Примерный перечень тем для аналитической работы:

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

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

Критерии оценивания аналитической работы:

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

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

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

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

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

1. Индустрия СМИ в современной экономике. Специфика медиаотрасли

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

Критерии оценки ответа:

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

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

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

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

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

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

Подготовка аналитической работы ОПК - 4.1 и ОПК - 4.2

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

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

Примерный перечень тем для аналитической работы:

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

Критерии оценивая аналитической работы:

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

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

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

Критерии оценки ответа:

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

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

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

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

ошибки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Учебно-методическое обеспечение

Основная литература:

1. Анашвили, В. В. Экономика культуры : культурные индустрии и эффективное развитие территорий : учебное пособие : [16+] / В. В. Анашвили ; Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации. – Москва : Дело, 2021. – 66 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=694884>
2. Бизнес-проектирование в креативных индустриях : учебник для вузов / Л. Г. Ахметшина, Е. М. Григорьева, Е. Н. Капура [и др.] ; Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации. – Москва : Дашков и К°, 2024. – 312 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=731213>

Дополнительная литература:

3. Корнилова, Л. Л. Введение в креативные индустрии : учебное пособие : [16+] / Л. Л. Корнилова, З. А. Абдурашидова, К. А. Мясникова ; Президентская академия. – Москва : Дело, 2025. – 105 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=729703>

Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

Современные профессиональные базы данных:

1. Портал Единое окно доступа к образовательным ресурсам <http://window.edu.ru/>
2. Официальный интернет-портал правовой информации. – URL: <http://pravo.gov.ru/>.

Информационные справочные системы:

Министерство просвещения Российской Федерации. Банк документов. – URL: <https://docs.edu.gov.ru/#activity=106>.

<https://slovaronline.com> - справочная поисковая система по всем доступным словарям, энциклопедиям и переводчикам в режиме Онлайн.

Электронно-библиотечные системы (ЭБС):

<http://biblioclub.ru> - электронно-библиотечная система;

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение, в том числе отечественного производства:

Операционная система Microsoft Windows 10;

Пакет программ Microsoft Office Professional Plus;

7-zip - архиватор;

Inkscape – векторный графический редактор

<https://inkscape.org/ru/oprogramye/>;

Интернет-браузер Google Chrome (бесплатное программное обеспечение, не ограничено, бессрочно).

Антивирусная программа Dr.Web.

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, предусмотренных настоящей программой специалитета, оснащенные оборудованием и необходимыми техническими средствами обучения. *Помещение кабинета удовлетворяет требованиям Санитарно-эпидемиологических правил и нормативам.*

Помещения для самостоятельной работы обучающихся оснащены компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института.

Оборудование учебной аудитории:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет; набор демонстрационного оборудования (проектор, экран).

Оборудование аудитории для самостоятельной работы:

Основное оборудование: мебель аудиторная (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя.

Технические средства обучения: персональные компьютеры с лицензионным программным обеспечением и выходом в сеть Интернет и обеспечены доступом к электронной информационно-образовательной среде Института.

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья имеют возможность изучать дисциплину по индивидуальному плану, согласованному с преподавателем и деканатом.

Освоение дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения.

При освоении дисциплины инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья по индивидуальному плану предполагаются: изучение дисциплины с использованием информационных средств; индивидуальные

консультации с преподавателем (разъяснение учебного материала и углубленное изучение материала), индивидуальная самостоятельная работа.

В процессе обучения студентам из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья информация предоставляется в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

Для лиц с нарушениями зрения:

- в печатной форме увеличенным шрифтом,
- в форме электронного документа (с возможностью увеличения шрифта).

В случае необходимости информация может быть представлена в форме аудиофайла.

Для лиц с нарушениями слуха:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:

- в печатной форме,
- в форме электронного документа.

Данный перечень может быть конкретизирован в зависимости от контингента обучающихся.

Индивидуальные консультации с преподавателем проводятся по отдельному расписанию, утвержденному заведующим кафедрой (в соответствии с индивидуальным графиком занятий обучающегося).

Индивидуальная самостоятельная работа обучающихся проводится в соответствии с рабочей программой дисциплины и индивидуальным графиком занятий.

Текущий контроль по дисциплине осуществляется в соответствии с фондом оценочных средств, в формах адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации обучающихся.

9. Методические материалы

9.1. Планы практических занятий

Практическое занятие № 1-3 (12 ч.)

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

Вопросы для обсуждения:

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

Практическое занятие № 4-6 (12 ч.)

Тема «Тенденции развития современной мировой медиаэкономики»

Вопросы для обсуждения:

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

Практическое занятие № 7-9 (12 ч.)

Тема «Монетизация в экономике креативных индустрий.»

Вопросы для обсуждения:

1. Доходы в экономике креативных индустрий
2. Способы монетизации контента в современной экономике креативных индустрий
3. Монетизация услуги в экономике креативных индустрий
4. Экономический смысл взаимодействия с инфлюэнсерами.
5. Квазидоходы в экономике креативных индустрий.

Практическое занятие № 10-11 (8 ч.)

Тема «Микроэкономика. Основные финансовые понятия».

Вопросы для обсуждения:

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

9.2. Методические рекомендации по подготовке контрольных заданий

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

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

Презентация может представлять собой сочетание текста, гипертекстовых ссылок, компьютерной анимации, графики, видео, музыки и звукового ряда, которые организованы в единую среду. Презентация имеет сюжет, сценарий и структуру, организованную для удобного восприятия информации. Отличительной особенностью презентации является её интерактивность, то есть создаваемая для пользователя возможность взаимодействия через элементы управления.

Требования к подготовке презентации:

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

источников

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

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

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

В оформлении презентаций выделяют два блока: оформление слайдов и представление информации на них. Для создания качественной презентации

необходимо соблюдать ряд требований, предъявляемых к оформлению данных блоков. Во время презентации очень эффектны так называемые «воздействующие слайды». Это должен быть наиболее запоминающийся образ презентации в целом, например, рисунок, который можно оставить на экране после окончания презентации. Любая презентация станет более эффективной, если она будет проиллюстрирована схемами и диаграммами. При этом важно не перегружать их пояснениями. Если при подаче материала возникает необходимость демонстрации таблиц, то рекомендуется выделять цветом наиболее важные строки и столбцы таблицы.

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

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

Рекомендации по подготовке доклада

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

Задачей подготовки доклада является:

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

Процесс подготовки доклада включает в себя несколько этапов:

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

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

Оформление работы: Титульный лист.

Введение (отражается актуальность выбранной темы доклада).

Основная содержательная часть.

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

Список использованной литературы.

Рекомендации по защите мультимедийного проекта

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