

Документы
Информация о владельце: "Самарский государственный экономический университет"
ФИО: Кандрашина Елена Александровна
Должность: И.о. ректора ФГАОУ ВО «Самарский государственный экономический университет»
Дата подписания: 15.09.2026 12:32:20
Уникальный программный ключ:
2db64eb9605ce27edd3b8e8fdd32c70e0674ddd2

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) «ОСНОВЫ МЕДИАПРОИЗВОДСТВА»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль) подготовки: Медиакоммуникации

Квалификация (степень) выпускника: бакалавр

Форма обучения: очная

Год набора (приема на обучение): 2026

Срок получения образования: 4 года

Объем:
в зачетных единицах: 4 з.е.
в академических часах: 144 ак.ч.

г. Самара, 2026

Разработчики:

Кандидат экономических наук Рахматуллина А. Р.

Рабочая программа дисциплины (модуля) составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 527, с учетом трудовых функций профессиональных стандартов: "Специалист по информационным ресурсам", утвержден приказом Минтруда России от 19.07.2022 № 420н; "Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации", утвержден приказом Минтруда России от 28.10.2014 № 811н.

Согласование и утверждение

№	Подразделение или коллегияльный орган	Ответственное лицо	ФИО	Виза	Дата, протокол (при наличии)
1	Институт маркетинга, логистики и сервиса	Заведующий кафедрой, руководитель подразделения, реализующего ОП	Яхнеева И. В.	Рассмотрено	30.06.2026, № 17

1. Цель и задачи освоения дисциплины (модуля)

Цель освоения дисциплины - формирование результатов обучения, обеспечивающих достижение планируемых результатов освоения образовательной программы

Задачи изучения дисциплины:

- Изучение технологической основы медиапроизводства;
- Понимание производственных процессов: знания об основных этапах, циклах и технологических операциях создания медиапродуктов;
- Создание контента для разных платформ: создавать медиапродукты различных жанров и форматов (текст, фото, видео, аудио, графика) для разных медиасегментов и с учётом особенностей целевой аудитории.

2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Компетенции, индикаторы и результаты обучения

ПК-1 Способен разрабатывать план подготовки и реализации нового продукта телерадиовещательных СМИ и оценивать возможные риски

ПК-1.1 Планирует создание нового продукта телерадиовещательных СМИ

Знать:

ПК-1.1/Зн1 Этапы медиапроизводства (препродакшн, продакшн, постпродакшн), структуру редакционного портфеля, специфику форматов (ТВ, радио), основы бюджетирования, методы идентификации рисков (технические, творческие, организационные, финансовые, рыночные), законодательство о СМИ.

Уметь:

ПК-1.1/Ум1 Формулировать цели и задачи нового продукта, определять целевую аудиторию, составлять календарный план (дорожную карту), рассчитывать смету, определять критический путь проекта, прогнозировать потенциальные риски на каждом этапе.

Владеть:

ПК-1.1/Нв1 Навыками разработки производственных брифингов, использования инструментов планирования, методами количественной и качественной оценки рисков, составления паспорта проекта, презентации плана руководству.

ПК-2 Способен организовать обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами

ПК-2.2 Организует обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами

Знать:

ПК-2.2/Зн1 Теоретические основы ресурсного менеджмента в медиапроизводстве

Уметь:

ПК-2.2/Ум1 Прикладные действия по практической организации ресурсного обеспечения: определять потребность в ресурсах для каждого этапа производственного процесса; составлять заявки и технические спецификации; контролировать расходование ресурсов; оценивать альтернативные варианты

Владеть:

ПК-2.2/Нв1 Современного телерадиопроизводства, обеспечения цифровых платформ Навыками работы в специализированном ПО для управления проектами Инструментами цифрового мониторинга эффективности использования ресурсов

ПК-3 Способен разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга

ПК-3.1 Разрабатывает планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы

Знать:

ПК-3.1/Зн1 Теоретические и методологические основы продвижения медиапродукции

Уметь:

ПК-3.1/Ум1 Прикладные действия по разработке планов продвижения: формулировать маркетинговые и коммуникационные цели; разрабатывать интегрированный план продвижения; рассчитывать бюджет продвижения

Владеть:

ПК-3.1/Нв1 Навыками работы со специализированным программным обеспечением для медиапланирования и маркетинговой аналитики, создания презентационных и брифовочных материалов, проведения маркетинговых исследований, написания медиаплана и план-графика

3. Место дисциплины в структуре ОП

Дисциплина (модуль) «Основы медиапроизводства» относится к формируемой участниками образовательных отношений части образовательной программы и изучается в семестре(ах): 7.

В процессе изучения дисциплины студент готовится к решению типов задач профессиональной деятельности, предусмотренных ФГОС ВО и образовательной программой.

Компетенция	Предшествующие дисциплины	Последующие дисциплины
ПК-1 - Способен разрабатывать план подготовки и реализации нового продукта телерадиовещательных СМИ и оценивать возможные риски		
ПК-1.1 Планирует создание нового продукта телерадиовещательных СМИ	Консультационный проект, Медиапланирование, Организация и продюсирование медиапроектов, Производственная практика: профессионально-творческая практика	Консультационный проект, Организация ресурсного обеспечения медиапроекта, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика
ПК-2 - Способен организовать обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами		
ПК-2.2 Организует обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами	Консультационный проект, Креативные лаборатории, Основы медиадизайна и дата-арт, Производственная практика: профессионально-творческая практика, Управление визуальным контентом	Консультационный проект, Креативные лаборатории, Организация ресурсного обеспечения медиапроекта, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Производственная практика: преддипломная практика, Управление визуальным контентом
ПК-3 - Способен разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга		

ПК-3.1 Разрабатывает планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	Консультационный проект, Медиапланирование, Продвижение медиапроектов и продуктов СМИ, Производственная практика: профессионально-творческая практика	Консультационный проект, Медиатизация культуры, Медиатизация общества, Подготовка к процедуре защиты и защита выпускной квалификационной работы, Продвижение медиапроектов и продуктов СМИ, Производственная практика: преддипломная практика
--	---	---

4. Объем дисциплины (модуля) и виды учебной работы

Период обучения	Общая трудоемкость (часы)	Общая трудоемкость (ЗЕТ)	Контактная работа (часы, всего)	Лекционные занятия (часы)	Практические занятия (часы)	Групповая контактная работа (часы)	Индивидуальная контактная работа (часы)	Самостоятельная работа (часы)	Промежуточная аттестация
Седьмой семестр	144	4	72	36	36	2	0,3	35,7	Экзамен
Всего	144	4	72	36	36	2	0,3	35,7	34

5. Содержание дисциплины (модуля)

5.1. Разделы, темы дисциплины и виды занятий

(часы промежуточной аттестации не указываются)

Наименование раздела, темы	Всего	Лекционные занятия	Практические занятия	Самостоятельная работа
Раздел 1. Специфика технологий в медиасфере. Краткая история развития технологий в медиасфере и их современное состояние	42	14	14	14
Тема 1.1. Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере.	6	2	2	2
Тема 1.2. Производство печатной продукции. Краткая история развития полиграфического производства и его современное состояние.	6	2	2	2

Тема 1.3. Производство фото- и кинопродукции. Краткая история развития технологий фотографии и кинематографа и их современное состояние.	6	2	2	2
Тема 1.4. Звукозапись и радиовещание. Краткая история развития технологий звукозаписи и радиовещания и их современное состояние.	6	2	2	2
Тема 1.5. Телевизионное вещание. Краткая история развития технологий телевизионного вещания и их современное состояние.	6	2	2	2
Тема 1.6. Компьютерные и интернет-технологии. Технологии мобильной связи. Краткая история развития компьютерных и интернет-технологий и их современное состояние.	6	2	2	2
Тема 1.7. Краткая история развития технологий медиапроизводства в мире и в России. Общие тенденции и перспективы развития информационных технологий.	6	2	2	2
Раздел 2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства и медиадистрибуции	65,7	22	22	21,7
Тема 2.1. Основные технологические процессы производства и дистрибуции книжной продукции.	5,7	2	2	1,7
Тема 2.2. Основные технологические процессы производства фотопродукции. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства	6	2	2	2
Тема 2.3. Основные технологические процессы производства и дистрибуции газетной и журнальной продукции.	6	2	2	2
Тема 2.4. Основные технологические процессы производства звукозаписи. Аудиопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства	6	2	2	2

Тема 2.5. Основные технологические процессы производства радиопрограмм, эфирного программирования на радио, хранения записи радиопередач и их выпуска в эфир. Основные технологические операции дистрибуции радиопрограмм	6	2	2	2
Тема 2.6. Основные технологические процессы кинопроизводства. Кинопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства	6	2	2	2
Тема 2.7. Основные технологические процессы производства видеозаписи. Видеозапись как исходный материал в других процессах медиапроизводства	6	2	2	2
Тема 2.8. Основные технологические процессы производства телевизионных программ, эфирного программирования на телевидении, хранения видеоархивов и их использования в редакционной деятельности. Основные технологические операции дистрибуции телепрограмм	6	2	2	2
Тема 2.9. Технологии производства компьютерной продукции широкого использования Основные технологические процессы производства Интернет-сайтов	12	4	4	4
Тема 2.10. Основные технико-технологические процессы в деятельности маркетинговых служб на медиапредприятиях	6	2	2	2

5.2. Контрольные мероприятия по дисциплине

Вид контроля	Форма контроля/Оценочное средство
Текущий контроль	Тестирование
Промежуточная аттестация	Экзамен

№	Наименование раздела	Вид контроля/ используемые оценочные материалы
---	----------------------	--

п/п	Наименование раздела	Текущий	Промежут. аттестация
1	Специфика технологий в медиасфере. Краткая история развития технологий в медиасфере и их современное состояние	Тестирование	Экзамен
2	Основные технологические процессы современного медиапроизводства и медиадистрибуции	Тестирование	Экзамен

6. Оценочные материалы текущего контроля

1. Специфика технологий в медиасфере. Краткая история развития технологий в медиасфере и их современное состояние Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса	Компетенция
	Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Выберите один вариант ответа Какой документ фиксирует последовательность производственных операций и сроки их выполнения при создании телепрограммы? 1. Календарный план (график) 2. Сценарий 3. Бюджет 4. Техническое задание Ответ: 1	ПК-1
2	Выберите один вариант ответа Какой метод оценки рисков предполагает выявление сильных и слабых сторон, возможностей и угроз проекта? 1. SWOT-анализ 2. Матрица вероятности 3. Метод Дельфи 4. Анализ безубыточности Ответ: 1	ПК-1
3	Выберите один вариант ответа При планировании нового радиопродукта первым шагом является: 1. Определение концепции и целевой аудитории 2. Подбор оборудования 3. Найм ведущих 4. Разработка логотипа Ответ: 1	ПК-1
4	Установите соответствие Установите соответствие между этапом производственного цикла и его содержанием: А. Препродакшн Б. Продакшн В. Постпродакшн Г. Дистрибуция 1. Монтаж, цветокоррекция, звуковое оформление 2. Съемка или запись контента 3. Разработка идеи, сценария, планирование 4. Распространение готового продукта аудитории Ответ: А-3, Б-2, В-1, Г-4	ПК-1
5	Укажите в ответе слово или словосочетание Какой документ является основным для планирования производства и содержит перечень всех необходимых ресурсов, сроков и бюджета? Ответ: Производственный план.	ПК-1
6	Укажите в ответе слово или словосочетание Как называется этап производства, на котором осуществляется монтаж, озвучивание и цветокоррекция материала? Ответ: Постпродакшн.	ПК-1
7	Укажите в ответе слово или словосочетание Какой метод анализа рисков предполагает построение матрицы вероятности наступления события и величины ущерба? Ответ: Матрица рисков (матрица вероятности и последствий).	ПК-1
8	Выберите один вариант ответа Какие ресурсы относятся к материально-техническим в медиапроизводстве? 1. Оборудование и студии 2. Персонал и гонорары 3. Информационные архивы 4. Бюджет и резервные фонды	ПК-2

	Ответ:	1	
9	Выберите один вариант ответа Какой из перечисленных ресурсов не является кадровым? 1. Режиссер 2. Оператор 3. Камера 4. Продюсер	Ответ: 3	ПК-2
10	Укажите слово или словосочетание Как называется резервный фонд, создаваемый для покрытия непредвиденных расходов при производстве медиапродукта?	Ответ: Резервный бюджет (страховой фонд).	ПК-2
11	Укажите слово или словосочетание Какой документ регламентирует порядок закупки оборудования и расходных материалов в медиаорганизации?	Ответ: Положение о закупках	ПК-2
12	Установите последовательность Расставьте в правильной последовательности этапы обеспечения ресурсами производственного процесса: 1. Контроль использования ресурсов 2. Определение потребности в ресурсах 3. Распределение ресурсов по этапам 4. Привлечение недостающих ресурсов	Ответ: 2, 4, 3, 1	ПК-2
13	Выберите один вариант ответа Какой вид контроля позволяет оценить соответствие качества закупаемых материалов техническим стандартам? 1. Входной контроль 2. Операционный контроль 3. Приемочный контроль 4. Финансовый контроль	Ответ: 1	ПК-2
14	Выберите один вариант ответа Какой канал коммуникации наиболее эффективен для продвижения молодежного телеканала? 1. Социальные сети 2. Печатная пресса 3. Радио 4. Наружная реклама	Ответ: 1	ПК-3
15	Укажите слово или словосочетание Как называется процесс адаптации рекламных материалов под особенности конкретного канала распространения?	Ответ: Адаптация креатива (медиаадаптация).	ПК-3
16	Укажите слово или словосочетание Какой документ описывает творческую идею и основные сообщения рекламной кампании?	Ответ: Креативный бриф (бриф на разработку рекламы).	ПК-3
17	Укажите слово или словосочетание Какой вид рекламы предполагает размещение информации на телевидении, радио или в прессе?	Ответ: ATL-реклама (традиционная реклама)	ПК-3
18	Укажите слово или словосочетание Как называется план распределения рекламного бюджета по различным каналам и временным периодам?	Ответ: Медиаплан	ПК-3
19	Укажите слово или словосочетание Какой показатель используется для оценки рентабельности инвестиций в рекламу?	Ответ: ROI (возврат инвестиций)	ПК-3

2. Основные технологические процессы современного медиапроизводства и медиадистрибуции Тестирование

№ п/п	Содержание вопроса		Компетенция
		Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Выберите один вариант ответа Какой этап производственного цикла медиапродукта предполагает разработку сценария и раскадровки? 1. Препродакшн 2. Продакшн 3. Постпродакшн 4. Дистрибуция		ПК-1

	Ответ: 1	
2	Выберите один вариант ответа Что из перечисленного является обязательным элементом плана подготовки нового телепродукта? 1. Смета расходов 2. Список музыкальных композиций 3. Цветовая палитра 4. Резюме съемочной группы Ответ: 1	ПК-1
3	Установите соответствие Установите соответствие между видом риска в медиапроизводстве и его примером: А. Творческий риск Б. Технический риск В. Организационный риск Г. Финансовый риск 1. Поломка камеры во время съемок 2. Превышение бюджета на постпродакшн 3. Низкий рейтинг программы из-за неудачного формата 4. Срыв сроков из-за болезни ключевого сотрудника Ответ: А-3, Б-1, В-4, Г-2	ПК-1
4	Установите соответствие Установите соответствие между элементом плана производства и его характеристикой: А. Бюджет Б. Календарный график В. Техническое задание Г. Сценарный план 1. Определяет сроки выполнения работ 2. Содержит требования к оборудованию и формату 3. Описывает последовательность сцен и диалогов 4. Устанавливает финансовые лимиты по статьям затрат Ответ: А-4, Б-1, В-2, Г-3	ПК-1
5	Установите правильную последовательность Расставьте в правильном порядке этапы создания телепрограммы: 1. Постпродакшн 2. Препродакшн 3. Дистрибуция 4. Продакшн Ответ: 2, 4, 1, 3	ПК-1
6	Установите правильную последовательность Установите последовательность действий при планировании нового продукта телерадиовещательных СМИ: 1. Оценка рисков и разработка мер по их снижению 2. Формулировка концепции продукта 3. Разработка календарного плана и бюджета 4. Анализ рынка и целевой аудитории Ответ: 4, 2, 3, 1	ПК-1
7	Укажите в ответе слово или словосочетание В каком документе фиксируются технические требования к готовому медиапродукту (разрешение, формат, длительность)? Ответ: Техническое задание (ТЗ).	ПК-1
8	Укажите в ответе слово или словосочетание Назовите ключевой показатель эффективности планирования, который отражает соблюдение установленного бюджета проекта. Ответ: Исполнение бюджета	ПК-1
9	Выберите один вариант ответа Какой документ используется для оформления запроса на аренду оборудования? 1. Заявка на ресурсы 2. Сценарий 3. Календарный план 4. Отчет о расходовании средств Ответ: 1	ПК-2
10	Выберите один вариант ответа Что из перечисленного является источником привлечения внешних ресурсов для производства? 1. Внутренний штат сотрудников 2. Субподряд и фриланс 3. Собственное оборудование 4. Архивные материалы компании Ответ: 2	ПК-2

11	Установите соответствие Установите соответствие между видом ресурса и его примером в телепроизводстве: А. Материально-технические Б. Кадровые В. Финансовые Г. Временные 1. Звукорежиссер 2. Смета на постпродакшн 3. Сроки монтажа 4. Световое оборудование	ПК-2
	Ответ: А-4, Б-1, В-2, Г-3	
12	Установите соответствие Установите соответствие между этапом ресурсного обеспечения и действием: А. Определение потребности Б. Привлечение ресурсов В. Распределение ресурсов Г. Контроль использования 1. Заключение договора аренды студии 2. Проверка фактического расхода материалов 3. Расчет необходимого количества камер 4. Назначение съемочных дней для каждой группы	ПК-2
	Ответ: А-3, Б-1, В-4, Г-2	
13	Установите соответствие Установите соответствие между типом договора и его назначением в ресурсном обеспечении: А. Договор аренды Б. Договор подряда В. Договор поставки Г. Лицензионный договор 1. Привлечение фриланс-оператора 2. Использование музыки в программе 3. Обеспечение оборудованием на время съемок 4. Закупка расходных материалов	ПК-2
	Ответ: А-3, Б-1, В-4, Г-2	
14	Установите последовательность Установите последовательность действий при возникновении дефицита ресурсов в процессе производства: 1. Поиск альтернативных поставщиков 2. Оценка критичности дефицита 3. Корректировка графика работ 4. Перераспределение имеющихся ресурсов	ПК-2
	Ответ: 2, 4, 1, 3	
15	Укажите слово или словосочетание Как называется процесс сопоставления плановой потребности в ресурсах с фактическим наличием на предприятии? .	ПК-2
	Ответ: Ресурсное планирование (определение дефицита)	
16	Укажите слово или словосочетание Какой специалист отвечает за логистику и доставку оборудования на съемочную площадку?	ПК-2
	Ответ: Логист	
17	Укажите слово или словосочетание Назовите основной показатель, характеризующий эффективность использования финансовых ресурсов проекта.	ПК-2
	Ответ: Рентабельность (ROI)	
18	Установите последовательность Установите последовательность действий при организации рекламной кампании совместно с отделом маркетинга: 1. Запуск и мониторинг кампании 2. Согласование плана с маркетинговым отделом 3. Разработка медиаплана 4. Подготовка отчета по итогам 5. Утверждение бюджета	ПК-3
	Ответ: 3, 2, 5, 1, 4	
19	Установите последовательность Установите правильную последовательность этапов разработки плана продвижения медиапродукта: 1. Разработка креативной концепции 2. Анализ целевой аудитории 3. Определение целей продвижения 4. Выбор каналов распространения 5. Бюджетирование	ПК-3
	Ответ: 2, 3, 4, 1, 5	

20	Установите соответствие Установите соответствие между показателем и его определением: А. Охват Б. Частота В. GRP (валовой рейтинг) Г. CTR 1. Среднее число контактов с аудиторией 2. Доля аудитории, видевшая рекламу 3. Отношение числа кликов к показам 4. Суммарный рейтинг всех выходов рекламы	ПК-3
	Ответ: А-2, Б-1, В-4, Г-3	
21	Установите соответствие Установите соответствие между этапом разработки плана продвижения и его содержанием: А. Анализ ситуации Б. Постановка целей В. Выбор каналов Г. Оценка эффективности 1. Определение желаемых показателей (KPI) 2. Изучение конкурентов и аудитории 3. Расчет ROI по итогам кампании 4. Определение медиамикса и бюджета	ПК-3
	Ответ: А-2, Б-1, В-4, Г-3	
22	Установите соответствие Установите соответствие между типом продвижения и его характеристикой: А. ATL-реклама Б. BTL-реклама В. Digital-маркетинг Г. PR 1. Продвижение в интернете, таргетинг 2. Мероприятия, промоакции, директ-маркетинг 3. Связи с общественностью, спецпроекты 4. Реклама в традиционных СМИ (ТВ, радио, пресса)	ПК-3
	Ответ: А-4, Б-2, В-1, Г-3	
23	Выберите один вариант ответа Какой документ содержит перечень рекламных мероприятий, сроки и бюджеты? 1. Медиаплан 2. Сценарий рекламного ролика 3. Техническое задание 4. Бриф на разработку креатива	ПК-3
	Ответ: 1	
24	Выберите один вариант ответа Что из перечисленного является этапом разработки плана продвижения? 1. Определение целей и KPI 2. Съёмка рекламного ролика 3. Монтаж программы 4. Подбор оборудования	ПК-3
	Ответ: 1	
25	Выберите один вариант ответа Какой показатель используется для оценки эффективности рекламной кампании в интернете? 1. CTR (кликабельность) 2. GRP (валовой рейтинг) 3. Охват аудитории 4. Частота контактов	ПК-3
	Ответ: 1	
26	Выберите один вариант ответа Какой инструмент продвижения относится к ATL-рекламе (above the line)? 1. Реклама на телевидении 2. Промоакции в торговых точках 3. Директ-маркетинг 4. Стимулирование сбыта	ПК-3
	Ответ: 1	

7. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Экзамен седьмой семестр

№ п/п	Содержание вопроса	Компетенция
	Правильный ответ (ключ ответа)	
1	Дайте развернутый ответ на вопрос Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере	ПК-1, ПК-2, ПК-3

Ответ:	1. Понятие технологии1. Понятие технологии Термин «технология» имеет греческое происхождение (techne — искусство, мастерство; logos — учение) и в самом широком смысле означает науку о мастерстве, совокупность методов и приёмов обработки материалов. В современном понимании технология — это не просто набор инструментов, а структурный процесс производства и объект управления. В дисциплине «Основы медиапроизводства» технология рассматривается в двух аспектах. С одной стороны, это инженерно-технический аспект, включающий оборудование, программное обеспечение, физические принципы работы каналов связи и устройств. С другой стороны, это гуманитарный (управленческий) аспект, охватывающий методы организации труда, редакционные цепочки, алгоритмы создания контента и системы контроля качества. Ключевая особенность современных медиатехнологий заключается в том, что физические принципы и технические особенности каналов напрямую влияют на требования к контенту и на приёмы его распространения. Иными словами, выбор технологии определяет не только как создаётся продукт, но и каким он в итоге получается. 2. Понятие технологического процесса Технологический процесс — это часть производственного процесса, непосредственно связанная с изменением свойств исходного сырья и материалов для получения готового продукта. Более простое определение: это совокупность выстроенных в определённом порядке операций. В основе любого технологического процесса лежит алгоритм — программа решения задач, точно предписывающая, как и в какой последовательности операций получить результат. Алгоритм обеспечивает два критически важных свойства: повторяемость (возможность воспроизвести результат при многократном применении) и тиражируемость (возможность масштабировать процесс). Алгоритмы технологического процесса могут быть линейными, когда все этапы выполняются однократно и строго последовательно (например, производство печатной газеты: написание текста → редактирование → вёрстка → печать), либо иметь разветвлённую структуру, когда в зависимости от условий выбирается та или иная последовательность действий (например, в новостном производстве: если событие экстренное — прямой эфир, если плановое — запись и монтаж). Технологический процесс может состоять из десятков, сотен и даже тысяч отдельных операций, может быть многовариантным и ветвиться в зависимости от различных условий. 3. Основные компоненты технологических процессов Структурными компонентами технологического процесса являются следующие элементы. Исходные ресурсы (вход) — всё, что поступает на «входе» процесса и подлежит преобразованию. В медиапроизводстве это: материальные ресурсы (оборудование, студии, расходные материалы), информационные ресурсы (факты, сюжеты, архивные материалы, права на контент), кадровые ресурсы (творческая и техническая команда), финансовые ресурсы (бюджет проекта), временные ресурсы (производственные сроки). Субъекты производства — люди, реализующие технологический процесс: продюсеры, режиссёры, операторы, звукорежиссёры, монтажёры, редакторы, технический персонал. Технологические операции — действия, реализующие закономерности и требования этапов. Это простейшие действия, направленные на достижение конкретных, не разлагаемых на более простые целей. Структура операций иерархична: стадия → операция → переход → рабочий ход, где рабочий ход — это главная (основная) часть технологического процесса. Продукты производства (выход) — результат преобразования исходных ресурсов. В медиасфере это готовые медиапродукты: телепрограммы, радиопередачи, газеты, интернет-сайты, видеоролики, подкасты и т.д. Контроль качества — многоуровневая система проверки продукта на всех этапах производства. В медиапроизводстве выделяют несколько видов контроля: информационный (достоверность и актуальность содержания), технико-технологический (соответствие техническим стандартам — качество изображения, звука, вёрстки), экономический (соблюдение бюджета), правовой (соблюдение авторских прав, законодательства о СМИ), этический (соответствие профессиональным и общественным нормам). Цель и алгоритм деятельности — чётко определённая цель, достижение которой разрешает поставленную задачу, и алгоритм — программа действий, обеспечивающая достижение этой цели.
---------------	---

2	Дайте развернутый ответ на вопрос Производство печатной продукции. Краткая история развития полиграфического производства и его современное состояние.	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	--	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: Понятие полиграфии Полиграфия (от греч. polys — много и grapho — пишу) означает буквально «многписание» — размножение в большом количестве экземпляров одного и того же текста или изображения . Это отрасль техники, представляющая собой совокупность технических средств для множественного репродуцирования текстового материала и графических изображений. Слово «полиграфия» переключалось в русский язык из французского в XVIII веке . Полиграфическое производство включает три основные группы процессов: формные (изготовление печатной формы), печатные (собственно получение оттисков) и отделочные (завершающие операции) . Технология печати в типографиях развивалась от ручного станка в XV веке до современных цифровых и 3D-принтеров . 2. Краткая история развития полиграфического производства 2.1. Предпосылки возникновения книгопечатания Прежде чем появилась полиграфия, человечеству необходимо было пройти длительный путь: возникнуть письменности, чтобы появилась возможность передавать и сохранять информацию; появиться воспринимающей поверхности (сначала папирус и пергамент, затем бумага); и, наконец, быть созданной печатная форма . Особую роль сыграло возникновение бумажных производств и постепенное вытеснение дорогостоящего пергамента . В XII веке бумага проникла из арабской Испании через Геную в Европу. Первые бумажные мельницы и мануфактуры заработали в Италии, а к середине XIV века бумага, изготовленная вблизи города Фабриано, стала широко известна на территории Европы. К моменту возникновения книгопечатания несколько бумажных мануфактур были запущены на территории Германии. Устойчивое предложение сырья сыграло важнейшую роль в развитии печатного дела: производители бумаги оказались главными инвесторами первых типографов . 2.2. Древнейшие технологии печати: Ксилография Первые попытки получения печатного текста были предприняты задолго до Гутенберга. Печатать тексты первыми начали в Корее (самый древний образец — 751 год), затем в Китае (757 год) и в Японии (764–770 годы) . Для этого использовали технологию ксилографии (от греч. xylon — дерево и grapho — пишу) — печати с деревянных досок . Суть её состояла в том, что оригинал текста, написанный тушью на бумаге, притирали к поверхности доски, после чего гравёр срезал древесину вокруг штрихов получившегося зеркального изображения. С такой формы можно было за один день получить до 2000 оттисков . Первые попытки печатания с наборным шрифтом были предприняты в 1041–1048 годах китайцем Би Шэном, который использовал наборную форму с глиняными литерами, закреплёнными составом из смолы и воска на железной пластине . Литера — прямоугольный брусок с рельефным изображением буквы, цифры или знака. Со временем литеры стали делать из дерева, а затем из металла . В средние века получила распространение ксилографическая технология в Западной Европе, но она ещё оставалась ремеслом печатников . 2.3. Революция Гутенберга (середина XV века) Подлинную революцию в печатном производстве совершил Иоганн Гутенберг, изобретший около 1440 года высокопроизводительную печатную технологию . Технической основой его изобретения стали: подвижные металлические литеры, отливавшиеся из мягкого типографского сплава, которые можно было многократно использовать для набора различных текстов ; печатный станок, позволявший получать оттиски высокого качества; и специальная краска на масляной основе . Первой европейской печатной книгой стала 42-строчная «Библия» Гутенберга, изданная около 1450 года в городе Майнце (Германия) . Появление первых типографий связано с переходом от рукописных к печатным книгам, начавшимся в Европе в середине XV века . 2.4. XVI–XVIII века: Распространение и развитие Изобретение Гутенберга распространилось по Европе достаточно быстро: уже в 1468 году печатный станок появился за пределами Германии . Уже в XVI веке полиграфия приобрела характер развитой мануфактуры . Первые типографии были неотделимы от книгоиздания и книготорговли; со временем они выделились в самостоятельную промышленную структуру. В XVI веке для поддержания работы одного печатного производства требовалось 1,5–3 тысячи стоп (480 листов) бумаги ежедневно
---------------	--

3	Дайте развернутый ответ на вопрос Производство фото- и кинопродукции. Краткая история развития технологий фотографии и кинематографа и их современное состояние.	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	--	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: фотография и кинематограф как взаимосвязанные технологии 1. Введение: фотография и кинематограф как взаимосвязанные технологии Фотография и кинематограф представляют собой две взаимосвязанные технологии визуальной фиксации и воспроизведения реальности. Кинематограф по своей технической природе является прямым продолжением и развитием фотографии: если фотография фиксирует один момент времени, то кинематограф фиксирует последовательность моментов, создавая иллюзию движения . Оптичная система съёмки и способ регистрации изображения у них практически одни и те же. Как отмечают исследователи, из всех изобретений XIX века именно кинематограф, вышедший из фотографии, стал наиболее эмблематичной формой выражения . Обе технологии прошли длительный путь развития: от первых химических опытов закрепления изображения до современных цифровых систем и искусственного интеллекта. На этом пути они не только совершенствовались технически, но и отстаивали право считаться искусством, а не просто полезной техникой или развлечением . 2. История развития технологий фотографии 2.1. Предыстория: от камеры-обскуры до первых опытов История фотографии начинается задолго до появления первых снимков. Ещё в 1604 году немецкий астроном Иоганн Кеплер поставил первые опыты по проецированию изображения на плоские поверхности . Основой для будущей фотографии стала камера-обскура (лат. camera obscura — «тёмная комната») — прибор, дающий возможность воспроизводить в уменьшенном виде находящиеся перед ним предметы . Однако долгое время оставалась нерешённой главная проблема: как закрепить полученное изображение на поверхности. В 1820-х годах французский изобретатель Жозеф Нисефор Ньепс открыл способ регистрации изображения . Самая первая в мире фотография была сделана Ньепсом в 1826 году — это был вид из окна его мастерской, полученный методом гелиографии. Однако изображение требовало невероятно долгой выдержки — около восьми часов . 2.2. Рождение фотографии: Дагер и Тальбот Настоящая история развития фотографии началась в 1830-х годах. Ключевыми фигурами этого периода стали : Луи Жак Манде Дагер в 1839 году представил дагерротипию — способ получения изображения на посеребрённой медной пластине, обработанной парами йода . Именно эту дату — 7 января 1839 года — принято считать официальным днём рождения фотографии . Дагерротипия давала изображение исключительно высокого качества, но была дорогой и позволяла получить только один экземпляр. Практически одновременно Уильям Генри Фокс Тальбот в Англии разработал калотипию — негативно-позитивный процесс на бумажной основе. Это изобретение оказалось более важным в долгосрочной перспективе, поскольку позволяло тиражировать изображения с одного негатива . 2.3. Развитие фототехнологий в XIX веке В последующие десятилетия технология быстро совершенствовалась: 1851 год — мокрый коллодионный процесс (Арчер), значительно сокративший время выдержки и улучшивший качество . 1861 год — Джеймс Максвелл продемонстрировал первое цветное фотографическое изображение, используя метод трёхцветного синтеза . 1870-е годы — появление сухих желатиновых пластин (Мэддокс), сделавшее
---------------	---

4	Дайте развернутый ответ на вопрос Звукозапись и радиовещание. Краткая история развития технологий звукозаписи и радиовещания и их современное состояние.	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	--	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: две стороны одной медали Звукозапись и радиовещание — две взаимосвязанные технологии, составляющие основу аудиальной коммуникации. Если звукозапись решает задачу фиксации и сохранения звука во времени, то радиовещание — задачу его оперативной передачи на расстояние. Вместе они сформировали современную аудиокультуру: от первых фонографов до стриминговых платформ и подкастов. Обе технологии прошли путь от чисто механических и аналоговых систем до полностью цифровых, а сегодня вступают в эру искусственного интеллекта и иммерсивных форматов. При этом, как и в случае с фотографией и кинематографом, старые технологии не исчезают полностью — они обретают новую жизнь в качестве нишевых средств художественного выражения. 2. История развития технологий звукозаписи 2.1. Предыстория: от визуальной фиксации к воспроизведению История современной звукозаписи начинается в 1857 году, когда был изобретён фоноавтограф — устройство, с помощью которого можно было иголкой, прикреплённой к мембране, «записать» на слое сажи любые звуковые колебания . Однако эти записи предназначались только для визуального изучения и не могли быть воспроизведены . В 1877 году французский учёный Шарль Кро впервые научно обосновал принципы записи звука на барабан (или диск) и её последующего воспроизведения . Однако до постройки действующего аппарата у него дело не дошло . 2.2. Эпоха механической записи: фонограф и граммофон Прорыв совершил Томас Эдисон, который в 1877 году создал фонограф — первый аппарат механической записи и воспроизведения звука . Фонограф записывал звуковые волны на цилиндр, обычно из фольги: звуковые волны заставляли иголку двигаться по поверхности цилиндра, выгравировывая крошечную канавку, которую можно было считать другой иголкой . Впервые в истории звук можно было улавливать и воспроизводить . Однако фонограф с восковым валиком не получил широкого распространения из-за сложности копирования записи, быстрого изнашивания валиков и плохого качества воспроизведения . В 1888 году немецкий инженер Эмиль Берлинер предложил принципиально новое решение — использовать для записи носитель в форме диска . Плоский диск можно было производить массово, в отличие от хрупких цилиндров . Берлинер назвал свой аппарат «граммофон» (от греч. «пишу звук») . После записи с диска гальваническим способом получали матрицы, которые использовались для прессования граммофонных пластинок . Долго шли поиски материала для грампластинок: только в 1897 году остановились на диске из шеллака, шпата и сажи . Скорость вращения в 78 об/мин была определена к 1925 году . В Россию грамзапись пришла почти сразу после изобретения Эдисона. Первый фонограф привёз в Россию пионер отечественной звукозаписи Юлий Блок в 1890 году . Благодаря фонографу сохранились записи игры С. И. Танеева, Антона Рубинштейна, голосов Л. Н. Толстого, П. И. Чайковского и многих других исторических личностей . 2.3. Магнитная запись: новая эра Рождением магнитной записи мир обязан датчанину В. Паульсену, который в 1898 году продемонстрировал запись звука при помощи намагничивания несущего материала — стальной проволоки, а затем магнитной ленты . В 1940–1960-х годах усовершенствование граммофона позволило достичь достаточно чистой передачи музыкального звучания . В 1948 году с изобретением винилита и усовершенствованием технологии звукозаписи началась новая эпоха . Важным этапом стало внедрение в технологию звукозаписи магнитофонной записи, которая позволила осуществлять звуковое экспериментирование — шумовые эффекты, наложение записей и т.п. . До 1950-х годов механическая запись была монофонической; в дальнейшем получила распространение стереофоническая запись, а в начале 1970-х годов была предложена квадрофоническая запись с четырьмя независимыми каналами . 2.4. Цифровая революция Современная цифровая запись появилась в конце 1950-х годов
---------------	---

5	Дайте развернутый ответ на вопрос Телевизионное вещание. Краткая история развития технологий телевизионного вещания и их современное состояние.	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	---	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: телевидение как феномен XX–XXI века Телевидение — это область науки, техники и культуры, связанная с передачей на расстояние изображений объектов и звукового сопровождения при помощи радиосигналов . Оно синтезирует в своих передачах множество информационных жанров и различные виды искусства, являясь одним из важнейших средств массовой коммуникации . История телевидения берёт начало из открытий, сделанных ещё в XIX веке, а используемые технологии основаны на результатах работы множества учёных и изобретателей . Технология телевидения первоначально развивалась двумя путями — на механической и электронной основе . За более чем столетнюю историю телевидение прошло путь от грубых механических систем с разрешением в 300 строк до современных цифровых экосистем с 8К, искусственным интеллектом и иммерсивными форматами . 2. Краткая история развития технологий телевизионного вещания 2.1. Научные предпосылки и первые открытия История телевидения начинается с фундаментальных научных открытий. В 1887 году немецкий физик Генрих Герц обнаружил явление фотоэффекта — освобождение электронов веществом под действием электромагнитного излучения, а через год русский учёный Александр Столетов провёл опыт, наглядно демонстрирующий это явление . В 1884 году немецкий инженер Пауль Нипков запатентовал метод механического сканирования изображения . Его диск с отверстиями, расположенными по спирали, позволял преобразовывать изображение в электрические импульсы . Эта конструкция положила начало так называемому механическому телевидению . В 1906 году был выдан патент на трубку Брауна — прототип будущего кинескопа . А в 1907 году профессор Петербургского технологического института Борис Розинг получил первый патент на «электронное» телевидение, теоретически обосновав возможность получения изображения посредством электронно-лучевой трубки . В мае 1911 года ему удалось добиться передачи неподвижного изображения на расстояние . 2.2. Механическое телевидение (1920-е – начало 1930-х годов) В 1925 году шотландский инженер Джон Логи Бэрд с использованием диска Нипкова впервые добился передачи распознаваемых человеческих лиц, а затем разработал первую телесистему, способную передавать движущиеся изображения . В конце 1920-х годов телевизионное вещание организовывалось в виде регулярных публичных проб и «тестов» . Регулярное вещание началось по технологии механического телевидения в конце 1920-х — начале 1930-х годов в США . 2.3. Электронное телевидение (1930-е годы и далее) К концу 1930-х годов электронные системы телевидения полностью вытеснили механические . Первые в мире системы электронного телевидения изобрели к началу 1930-х годов независимо друг от друга Владимир Зворыкин (русский эмигрант в США, ученик Розинга) и Фило Фарнсуорт (США) . В 1923 году Зворыкин изобрёл так называемый «иконаскоп» — передающую электронно-лучевую телевизионную трубку, а затем и кинескоп — воспроизводящую изображение трубку . Эти приборы стали основой всех телевизионных систем в мире . Регулярное вещание по технологии электронного телевидения началось в середине 1930-х годов первоначально в Германии, а затем в Великобритании, Франции, США и СССР . Первые регулярные телевизионные передачи начались в Германии в 1934 году . Великобритания стала первой страной, где в конце 1930-х годов телевизоры производились тысячами . 2.4. Развитие телевидения в России и СССР
---------------	--

6	Дайте развернутый ответ на вопрос Компьютерные и интернет-технологии. Технологии мобильной связи. Краткая история развития компьютерных и интернет-технологий и их современное состояние.	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	---	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: три кита современной медиасреды Компьютерные технологии, интернет и мобильная связь образуют фундамент, на котором построена вся современная медиаиндустрия. Без них невозможно представить ни производство контента, ни его распространение, ни потребление. Эти три технологии тесно переплетены: компьютеры стали основой интернета, интернет сделал возможным мобильный доступ к информации, а мобильные устройства превратились в главный инструмент потребления цифрового контента. За менее чем столетие человечество прошло путь от первых электронно-лучевых ламповых машин, занимавших целые комнаты, до квантовых вычислений и искусственного интеллекта, от первой отправки электронного письма до глобальной сети, охватывающей почти всё население планеты, и от громоздких «кирпичей» весом под килограмм до смартфонов, которые по мощности превосходят компьютеры двадцатилетней давности. 2. История развития компьютерных технологий 2.1. Предыстория: механические вычислительные устройства История компьютеров начинается задолго до появления электроники. Человечество на протяжении веков использовало специальные устройства, облегчающие и механизующие счёт . Первым из них был абак , применявшийся ещё в Древнем Риме и Китае . В XVII веке Блез Паскаль разработал механический калькулятор, способный выполнять базовые арифметические операции . Настоящим прорывом стали инженерные изыскания Чарльза Бэббиджа в XIX веке. Его аналитическая машина стала прообразом современного компьютера . В 1843 году Ада Лавлейс написала алгоритм для этой машины, став первой в мире программисткой . В 1875 году была создана первая аналоговая вычислительная машина, пригодная для решения дифференциальных уравнений . 2.2. Появление первых компьютеров Базовые идеи современной вычислительной техники были заложены Аланом Тьюрингом (1912–1954, Великобритания). В 1936 году он создал модель машины Тьюринга, на основе которой работают практически все современные машины — от супер-ЭВМ до планшета . Тьюринг также предложил критерий искусственного интеллекта . В 1941 году Конрад Цузе создал компьютер Z3 . Джон фон Нейман в 1945 году создал концепцию машины EDVAC, где числа и программы хранились в памяти . Эта архитектура, известная как фон-неймановская, до сих пор лежит в основе большинства компьютеров. Первый электронный компьютер современного типа ENIAC (Electronic Numerical Integrator and Computer) был создан в 1946 году в США под руководством Джона Мокли и Проспера Эккерта . Этот компьютер содержал более 17 000 электронных ламп , занимал площадь 200 м² , мог производить 300 умножений в секунду и потреблял 150 кВт электроэнергии . 2.3. Эволюция компьютеров: от ламп к интегральным схемам Существенное влияние на развитие вычислительной техники оказало изобретение в 1948 году биполярного транзистора (Уолтер Браттейн, Джон Бардин и Уильям Шокли) . Транзисторы пришли на смену громоздким и ненадёжным электронным лампам, сделав компьютеры меньше, быстрее и энергоэффективнее. В начале 1960-х годов были созданы первые интегральные схемы, что позволило размещать тысячи транзисторов на одном кристалле. Ключевыми этапами развития стали: ● 1940-е – середина 1950-х годов — эра ламповых ЭВМ ● ; ● 1950-е – 1960-е годы — появление транзисторных компьютеров; ● 1960-е – 1970-е годы — интегральные схемы и начало миниатюризации; ● 1970-е годы — появление микропроцессоров. В 1953–1957 годах был разработан алгоритмический язык ФОРТРАН, почти одновременно создан язык АЛГОЛ . Самой мощной ЭВМ 1950-х годов в Европе была советская М-20 со средним быстродействием 20 тысяч операций в секунду
---------------	---

7	Дайте развернутый ответ на вопрос Краткая история развития технологий медиапроизводства в мире и в России. Общие тенденции и перспективы развития информационных технологий	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	---	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: технология как фундамент медиа Технология всегда была и остаётся фундаментом, на котором строится медиапроизводство. Профессор МГУ Елена Вартанова отмечает, что история технологий для медиа ведёт свой отсчёт ещё с Античности и Средневековья, активно продолжается в XIX и XX веках и получает небывалое развитие уже в XXI веке . Технологии медиапроизводства — это, с одной стороны, технические средства создания контента (от печатного станка до искусственного интеллекта), а с другой — каналы его распространения . В истории развития технологий медиапроизводства можно выделить несколько ключевых революций: печатная революция XV века, электрическая революция XIX–XX веков (фотография, звукозапись, радио, кинематограф, телевидение) и цифровая революция конца XX – начала XXI века . Каждая из этих революций кардинально меняла не только способы производства контента, но и саму природу медиа как социального института. 2. История развития технологий медиапроизводства в мире 2.1. Печатная эпоха (середина XV – XIX век) История технологий медиапроизводства начинается с изобретения Иоганном Гутенбергом печатного станка в середине XV века . Это событие положило начало массовому тиражированию текстов и стало первой подлинной медиареволюцией. Технология подвижных металлических литер позволила создавать книги в количествах, недоступных рукописной традиции. В последующие столетия полиграфия развивалась как мануфактурное производство. В XIX веке произошла промышленная революция в полиграфии: появились высокопроизводительные печатные машины, лино типы, а затем и ротационные печатные машины, позволившие выпускать газеты огромными тиражами. 2.2. Рождение фотографии (XIX век) В 1826 году Жозеф Нисефор Ньепс создал первую в мире фотографию методом гелиографии . В 1839 году Луи Дагер представил дагерротипию — год, который принято считать официальной датой рождения фотографии . Почти одновременно Уильям Тальбот разработал калотипию — негативно-позитивный процесс, позволивший тиражировать изображения. К концу XIX века фотография превратилась из лабораторного курьёза в массовую технологию, особенно после появления камеры «Кодак» в 1888 году. 2.3. Звукозапись (с 1877 года) В 1877 году Томас Эдисон создал фонограф — первый аппарат механической записи и воспроизведения звука . В 1888 году Эмиль Берлинер предложил использовать диск вместо цилиндра — так появился граммофон . Во второй половине 1920-х годов технологии звукозаписи были внедрены в киноиндустрию . Важнейшим этапом стало внедрение магнитной записи в 1940–1950-х годах, что позволило осуществлять монтаж, наложение записей и шумовые эффекты. Цифровая звукозапись появилась в конце 1950-х годов, а в 1980-х годах компакт-диски начали вытеснять виниловые пластинки. 2.4. Кинематограф (с 1895 года) Официальной датой рождения кинематографа считается 28 декабря 1895 года, когда братья Люмьер провели первый публичный киносеанс в Париже. Кинематограф стал прямым продолжением фотографии: последовательность неподвижных кадров создавала иллюзию движения. В истории кино можно выделить несколько технологических этапов: ● Немое кино (1895–1927) — становление языка кино, монтажа, движения камеры. ● Появление звука (1927, «Певец джаза») — кардинально изменило эстетику и технологию производства. ● Цветное кино (1930–1950-е годы) — массовое распространение систем типа Technicolor. ● Цифровая революция (с конца 1990-х годов) — цифровая съёмка, постпродакшн и проекция. Ни одна предыдущая технологическая трансформация не изменила кино так фундаментально, как цифровые технологии. 2.5. Радио (с 1895 года) 7 мая 1895 года Александр Попов впервые продемонстрировал практически действующую систему передачи и приёма сигналов с помощью электромагнитных волн . В 1906 году Реджинальд Фессенден осуществил первую трансляцию радиопрограммы — с музыкой и чтением текста . В 1920-х годах произошла первая революция в радиотехнологиях — появились усилители на электронных лампах, что позволило организовать массовое радиовещание. В конце 1940-х годов магнитофонная запись была внедрена в радиопроизводство, что позволило создавать программы заранее, а не только в прямом эфире. 2.6. Телевидение (с 1880-х годов) Телевидение развивалось двумя путями — механическим и электронным. Диск Нипкова
---------------	--

8	Дайте развернутый ответ на вопрос Основные технологические процессы производства и дистрибуции книжной продукции	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	--	-----------------------------

Ответ:	1. Введение: книгопроизводство как комплексный технологический процесс Книгопечатание — это комплекс производственных процессов, необходимых для изготовления печатной книги . Процесс книгоиздания и печати является очень сложным, требующим взаимодействия большого количества участников и исполнителей . Традиционно весь технологический цикл изготовления книжной продукции делится на три крупных этапа: допечатный , печатный и брошюровочно-переплетный . Логистический цикл создания книги включает порядка 24 этапов и охватывает путь от авторской рукописи до готового тиража, переданного в книготорговую сеть. 2. Допечатный этап (препресс) Допечатный этап — это технологический уровень, связанный с оформлением макета будущего издания, исправлением ошибок, цветоделением и выводом печатных форм . Он включает в себя обработку авторских материалов с целью получения оригинал-макета издания и, в конечном результате, печатной формы . Основные операции допечатного этапа: ● Редакционная подготовка — планирование сроков подготовки и сдачи автором рукописи, рецензирование и редактura, подготовка текста рукописи . Сюда входит литературное и техническое редактирование, общий дизайн, оформление титульного листа ● . ● Художественная стадия — создание макета, подробное оформление и разработка внешнего вида издания ● . ● Набор текстовой информации — преобразование авторского текста в цифровой формат, готовый для вёрстки ● . ● Сканирование и обработка изображений — подготовка графических материалов, цветокоррекция ● . ● Вёрстка — размещение текста и иллюстраций на страницах издания в соответствии с утверждённым дизайн-макетом ● . ● Цветопроба — изготовление пробных оттисков для контроля цветопередачи перед запуском в печать ● . ● Изготовление печатных форм — создание форм для выбранного способа печати (офсетной, цифровой и т.д.) ● . 3. Печатный этап Печатный этап — это непосредственное получение оттисков (печатных листов) на печатном оборудовании . Выбор способа печати зависит от тиража, требований к качеству и экономической целесообразности. Основные способы печати в книгопроизводстве: ● Офсетная печать — традиционный способ для средних и больших тиражей, обеспечивающий высокое качество при относительно низкой себестоимости на больших объёмах. ● Цифровая печать — современный способ, позволяющий печатать малые тиражи (от 1 экземпляра) с минимальной подготовкой . Технологии струйной печати и жидкостной электрофотографии (LEP) активно используются для производства книг . Главным сдерживающим фактором для перехода на струйную цифровую печать книг является стоимость чернил; экономически оправданные тиражи для струйной печати находятся в пределах 5–8 тыс. экземпляров . При этом рулонная цифровая печать позволяет эффективно производить тиражи до 10 000 экземпляров ● . Ключевая особенность печатного этапа — выбор технологии напрямую влияет на весь дальнейший производственный цикл. Например, для цифровой печати не требуются печатные формы, что сокращает время подготовки, но может увеличивать себестоимость на больших тиражах. 4. Брошюровочно-переплетный этап (послепечатный) После создания печатных листов начинаются переплетно-брошюровочные процессы . Это наиболее трудоёмкая часть производства, превращающая отпечатанные листы в готовую книгу . 4.1. Формирование книжного блока ● Укладка листов Печатные листы разрезаются на отдельные страницы или тетради
---------------	--

9	Дайте развернутый ответ на вопрос Основные технологические процессы производства фотопродукции. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства	ПК-1, ПК-2, ПК-3
---	---	-----------------------------

Ответ:	Введение Фотопродукция — это не просто техническое изображение, зафиксированное светочувствительным материалом или матрицей, а сложный многоуровневый продукт, являющийся базовым атомом современного визуального медиаконтента. В условиях цифровой эпохи (с 2000-х годов), о которой говорится в курсе теории коммуникаций, фотография трансформировалась из конечного результата (бумажного отпечатка) в гибкий информационный ресурс. Технологический цикл ее создания сегодня представляет собой неразрывную цепь физических и цифровых процессов. Часть 1. Основные технологические процессы производства фотопродукции Современное производство фотографии делится на три классических этапа: пре-продакшен, продакшен и пост-продакшен. 1. Пре-продакшен (Подготовительный этап) На этом этапе закладывается концептуальная и техническая база будущего кадра. ● Девелопмент (разработка идеи): формирование брифа, определение цели снимка (новость, реклама, искусство, репортаж), анализ целевой аудитории. ● Пре-визуализация: создание эскизов (storyboards) и мудбордов (досок настроения). Подбор референсов — существующих фотографий, задающих стандарт композиции, света и цвета. ● Логистика и кастинг: выбор локации (натурная съемка или павильон), получение разрешений на съемку, подбор моделей, актеров или спикеров, стилизация (подбор одежды и реквизита). ● Техническое планирование: составление шот-листа (списка необходимых кадров), выбор оптики (фокусные расстояния), расчет схемы освещения. 2. Продакшен (Процесс фиксации изображения) Это непосредственный процесс получения фотографической информации. ● Работа со светом (Лайтинг): ключевой технологический процесс. Управление рисующим, заполняющим, фоновым и контровым светом с помощью моноблоков, постоянного света или отражателей. Формирование светотеневого рисунка, который определяет объем объекта. ● Управление оптикой и композицией: выбор точки съемки, ракурса, плана (общий, средний, крупный). Использование законов перспективы и геометрии кадра. ● Экспонирование: технический процесс регистрации света на матрице фотоаппарата. Управление тремя параметрами экспозиции: ● Выдержка (заморозка движения или размытие). ● Диафрагма (глубина резко изображаемого пространства — ГРИП). ● Светочувствительность ISO (баланс между яркостью и цифровым шумом). ● Захват данных (Tethering): в профессиональном студийном производстве снимки мгновенно передаются на компьютер через кабель. Это позволяет арт-директору контролировать результат в реальном времени на большом калиброванном мониторе. 3. Пост-продакшен (Обработка и подготовка к публикации) Цифровой негатив (RAW-файл) является лишь сырьем. Превращение его в готовый продукт требует следующих операций: ● Отбор (Select/Edit): браковка технического брака (смаз, расфокус) и выбор лучших дублей согласно эмоциональному посылу. ● Конвертация RAW: проявка цифрового негатива. Работа с широким динамическим диапазоном (HDR), восстановление деталей в пересветах и тенях без потери качества. ● Базовая коррекция: кадрирование (изменение композиции согласно правилу третей или золотого сечения), выравнивание горизонта, баланс белого. ● Глубокая ретушь и доработка: ● Клонирование и частотное разложение (чистка кожи/поверхностей без потери текстуры). ● Dodge & Burn (ручная прорисовка светотени для придания объема). ● Цветокоррекция (приведение серии снимков к единой колористической гамме — грейдинг). ● Подготовка мастер-файлов: сохранение в цветовом пространстве Adobe RGB для печати и sRGB для веб-публикации. Создание многослойных архивных файлов (TIFF, PSD) и плоских копий (JPEG). Часть 2. Фотопродукция как исходный материал в других процессах медиапроизводства Фотография редко существует автономно. Она служит фундаментом («сырой нефтью») для всей современной медиаиндустрии. 1. Полиграфия и печатные СМИ Здесь фотография выступает как главный иллюстративный модуль. ● Иллюстрирование текстов: превращение сухой статьи в визуально привлекательный разворот. Фотография задает первый уровень восприятия материала читателем. ● Инфографика и схемы: фотоснимки объектов часто становятся основой для вырезания элементов (cut-outs), которые затем komponуются в технические иллюстрации, карты или рекламные модули. ● Обложки журналов: самый дорогой вид фотопродукции, требующий учета зон размещения плашек с заголовками и штрих-кодом. 2. Веб-издания, социальные сети и Digital-маркетинг В цифровой среде ценность фотографии измеряется скоростью ее доставки и индексами вовлеченности. ● Баннерная реклама и таргетинг: статичное изображение является основным носителем рекламного сообщения в РСЯ, VK Рекламе и Telegram Ads. Здесь критически важен вес файла (кб) при сохранении четкости. ● Контент-менеджмент: наполнение сайтов карточками товаров. Фотопродукция здесь конвертируется в экономическую конверсию (продажу). ● Вирусный маркетинг: мемы. Кадр из фоторепортажа или стоковое изображение становится шаблоном, на котором пользователи генерируют новые смыслы, обеспечивая органический охват.
---------------	--

10	Дайте развернутый ответ на вопрос Основные технологические процессы производства и дистрибуции газетной и журнальной продукции.	ПК-1, ПК-2, ПК-3
----	---	-----------------------------

Ответ:	Введение Газетно-журнальное производство — это классический пример индустриального этапа развития коммуникации (Галактика Гутенберга), который, согласно тексту лекций по теории коммуникаций, трансформировался под давлением цифровой эпохи. Сегодня бумажная пресса существует не как единственный канал доставки информации, а как премиальный тактильный продукт, требующий сложной интеграции с цифровыми технологиями. Технологический цикл печатных СМИ делится на три крупных блока: допечатную подготовку (пре-пресс), печатные процессы (пресс) и послепечатную обработку с последующей дистрибуцией. Часть 1. Производство (Изготовление физического продукта)** Этап I. Допечатная подготовка (Pre-press / Digital Workflow) Это перевод авторского замысла в цифровую матрицу, понятную промышленному печатному станку. • Верстка: Сборка полос газеты или журнала в специализированных программах (Adobe InDesign, QuarkXPress). На этом этапе соблюдаются модульные сетки, иерархия заголовков и золотое правило печатника: «Все, что угодно может пойти не так». • Цветокоррекция и ретушь: Перевод изображений из цветового пространства RGB (мониторы) в CMYK (триадная печать). Использование профилей конкретных типографий (ICC profiles) для предсказуемой передачи цвета на дешевой газетной бумаге или глянце. • Препресс (Imposition): Спуск полос. Это процесс расположения страниц издания на большом печатном листе (формат A2, A1 или Broadsheet) таким образом, чтобы после печати, фальцовки (сгибания) и резки они шли в правильном нумерационном порядке. Для журналов часто используется схема «вкладка в вкладку». • Треппинг (Trapping): Сверхточное наложение цветов друг на друга (доли миллиметра), чтобы при неизбежном смещении бумаги в машине между плашками не возникало белых зазоров. • Вывод форм (CTP - Computer-to-Plate): Прямая лазерная засветка алюминиевых печатных пластин. Современный этап полностью исключил использование фотопленок, характерных для XX века. Этап II. Печатный процесс (Press) Выбор технологии зависит от тиража и типа бумаги. • Оффсетная печать (Offset Lithography): Основной метод для массовых тиражей газет и журналов. Процесс основан на физико-химическом принципе отталкивания жира и воды. Краска переносится с пластины на эластичное резиновое полотно (декедь), а затем на бумагу. • Для газет: Рулонная офсетная печать (Heatset/Coldset). Бумага подается непрерывным полотном («бесконечная лента»). Скорость достигает десятков тысяч экземпляров в час. Coldset (холодный набор) сушится естественным путем, краска ложится рыхло — характерно для ежедневных газет на дешевой бумаге. Heatset предполагает прохождение через печь, где капли масла мгновенно испаряются, закрепляя краску на мелованной бумаге для журналов. • Флексография: Используется реже, в основном для рекламных вкладышей или упрощенных изданий. Печать жидкой быстросохнущей краской с гибких полимерных форм. Этап III. Постпечатная обработка (Post-press / Finishing) Превращение отпечатанных листов в готовый товар. • Резка: Гигантские листы или рулон разрезаются на тетради нужного формата. • Фальцовка: Сгибание листов. Для газет — один или два сгиба до формата таблоида. Для журналов — сложная многоступенчатая фальцовка тетрадей. • Скрепление (для журналов): • Шитье проволокой (Wire-O/Saddle-stitching): Скрепка металлическими скобами в корешке. Дешево, быстро, подходит для изданий до 80–96 страниц. • Клеевое бесшвейное скрепление (PUR-binding): Торшониование (взьерошивание) корешка и проклейка эластичным полиуретановым клеем. Позволяет делать толстые гляцевые тома, которые раскрываются ровно и не рассыпаются. • Подрезка «под чистовой размер»: Удаление технологических полей. • Упаковка: Формирование пачек (пачовка) стандартной массы для удобства логистики. Часть 2. Дистрибуция (Доставка до потребителя)** Дистрибуция прессы — одна из самых сложных логистических цепочек в медиа из-за жесткого ограничения времени: вчерашняя газета имеет нулевую ценность. 1. Подписная модель (B2C — Business to Consumer) • Формирование баз данных: Учет адресов подписчиков через редакционные системы или агентства подписки (например, историческая роль «Почты России»). • Сортировка: Автоматизированная сортировка готовых экземпляров по почтовым индексам и маршрутам доставки. • Магистральная логистика: Доставка паллет с продукцией из типографии в региональные сортировочные центры ночью. • «Последняя миля»: Разнос газет почтальонами рано утром к моменту завтрака читателя. 2. Розничная продажа (Single Copy Sales) • Оптовое звено: Типография отгружает продукцию крупным оптово-распределительным центрам (ОРЦ). • Региональные дилеры: ОРЦ распределяют прессу по городам. • Розничные точки: Киоски прессы, супермаркеты, стойки в аэропортах и бизнес-центрах. • Плогограммы: Строгая выкладка товара на полке киоска согласно рейтингу издания (топовые журналы на уровне глаз). 3. Альтернативные каналы (Direct Delivery & HORECA) • Курьерская доставка премиум-изданий в закрытые жилые комплексы и офисы
---------------	--

7.1. Уровни овладения

Компетенция: ПК-1 Способен разрабатывать план подготовки и реализации нового продукта телерадиовещательных СМИ и оценивать возможные риски.

Индикатор достижения компетенции: ПК-1.1 Планирует создание нового продукта телерадиовещательных СМИ.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-2 Способен организовать обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами.

Индикатор достижения компетенции: ПК-2.2 Организует обеспечение производственного процесса создания нового продукта телерадиовещательных СМИ необходимыми ресурсами.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

Компетенция: ПК-3 Способен разрабатывать планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, организовывать проведение рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга.

Индикатор достижения компетенции: ПК-3.1 Разрабатывает планы продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы.

Уровень	Характеристика	Оценка в баллах
---------	----------------	-----------------

Повышенный	Достигнуто полное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент свободно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	81-100
Базовый	Достигнуто достаточное овладение знаниями, умениями и навыками. Студент уверенно владеет терминологией, умеет применять теоретические знания в различных ситуациях для решения поставленных задач.	61-80
Пороговый	Достигнуто овладение минимально необходимыми знаниями, умениями и навыками. Студент владеет основной терминологией, умеет применять теоретические знания для решения поставленных задач в стандартных ситуациях.	41-60
Ниже порогового	Компетенция не освоена	0-40

8. Материально-техническое и учебно-методическое обеспечение дисциплины

8.1. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная литература

1. Сети и телекоммуникации: учебник и практикум для вузов / К. Е. Самуйлов, Н. Н. Васин, В. В. Василевский, А. В. Королькова; К. Е. Самуйлов [и др.] ; под редакцией К. Е. Самуйлова, И. А. Шалимова, Д. С. Кулябова.. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 464 с - 978-5-534-17315-4. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/583116> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов / Т. В. Литвина. - 3-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 182 с - 978-5-534-18905-6. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/586107> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
3. Хренов, Н. А. Теория аудитории медиа: публика в истории культуры: учебник для вузов / Н. А. Хренов. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 411 с - 978-5-534-14223-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588325> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
4. Ерофеева, И. В. Психология медиатекста: учебник и практикум для вузов / И. В. Ерофеева. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 206 с - 978-5-534-12958-8. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/585012> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
5. Штоляков, В. И. Интеллектуальная собственность: принтмедиа и информационные технологии как объекты интеллектуальной собственности: учебник для вузов / В. И. Штоляков, М. В. Яганова. - Москва: Юрайт, 2026. - 252 с - 978-5-534-12661-7. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/588025> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

Дополнительная литература

1. Зверева, Е. А. Авторское право в медиа: учебник для вузов / Е. А. Зверева, О. А. Стрыгина. - Москва: Юрайт, 2026. - 124 с - 978-5-534-19871-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/590370> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке
2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 345 с - 978-5-534-11621-2. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587376> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

3. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика: учебник для вузов / Е. А. Баранова. - Москва: Юрайт, 2026. - 132 с - 978-5-534-18302-3. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/589469> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

4. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: учебник для вузов / Б. З. Зельдович. - 2-е изд. - Москва: Юрайт, 2026. - 293 с - 978-5-534-11729-5. - Текст: электронный // ИКО Юрайт: [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/587644> (дата обращения: 21.05.2026). - Режим доступа: по подписке

8.2. Профессиональные базы данных и ресурсы «Интернет», к которым обеспечивается доступ обучающихся

Профессиональные базы данных

1. <http://pravo.gov.ru/> - Государственная система правовой информации «Официальный интернет-портал правовой информации»

2. <https://minfin.gov.ru/> - Министерство финансов Российской Федерации (Минфин России)

3. <http://www.gks.ru/> - Профессиональная база данных «Официальная статистика» (Официальный сайт Федеральной службы государственной статистики)

Ресурсы «Интернет»

1. <http://www.gov.ru> - Профессиональная база данных «Информационные системы Министерства экономического развития Российской Федерации в сети Интернет» (Портал «Официальная Россия»)

8.3. Программное обеспечение и информационно-справочные системы, используемые при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Перечень программного обеспечения

(обновление производится по мере появления новых версий программы)

1. "Astra Linux Special Edition" РУСБ.10015-01;

2. Консультант Плюс;

3. Мой офис;

Перечень информационно-справочных систем

(обновление выполняется еженедельно)

1. Справочно-правовая система "Гарант-Максимум";

8.4. Специальные помещения, лаборатории и лабораторное оборудование

Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран
Учебные аудитории для проведения практических занятий (занятий семинарского типа)	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Учебные аудитории для групповых и индивидуальных консультаций	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ

Учебные аудитории для текущего контроля и промежуточной аттестации	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Помещения для самостоятельной работы	Комплекты ученической мебели Мультимедийный проектор Доска Экран Компьютеры с выходом в сеть «Интернет» и ЭИОС СГ
Помещения для хранения и профилактического обслуживания оборудования	Комплекты специализированной мебели для хранения