

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор по  
УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

«28» июня 2022 года

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.02** Современный менеджмент медиасистем

Учебный план: 2022-2023 42.04.02 ВШПМ Журналистика ОО № 2-1-130.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:  
(специальность) 42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика  
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: очная

### План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоём- кость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
4	УП	18	18	71,75	0,25	3	Зачет
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	
Итого	УП	18	18	71,75	0,25	3	
	РПД	18	18	71,75	0,25	3	

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 г. № 529

Составитель (и):

доктор социологических наук, Профессор

\_\_\_\_\_

Шелонаев  
Игоревич

Сергей

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и  
медиа технологий сми

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

\_\_\_\_\_

Шелонаев Сергей  
Игоревич

Методический отдел:

\_\_\_\_\_

## 1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**1.1 Цель дисциплины:** Сформировать компетенции обучающегося в сфере применения современных технологий управления проектами в СМИ для создания и успешной реализации медиапроектов

**1.2 Задачи дисциплины:**

Ознакомить с современным состоянием и методологией, основными программными средствами и технологиями, используемыми управлениями проектами в СМИ;

Дать системное представление об управлении проектами;

Выработать навыки практического применения основных программных средств и технологий для реализации медиапроектов.

**1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:**

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

Медиаэкономика

Тенденции развития мировой медиаиндустрии

Управление проектами

Теория журналистики

## 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**ПК-2: Способен осуществлять разработку концепции авторских проектов в сфере журналистики**

**Знать:** понятие команды медиапроекта, её признаки и структуру

**Уметь:** использовать элементы коммуникационного анализа в управлении медиапроектами

**Владеть:** навыками руководства коллективом в проектировании медиапредприятия

## 3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Современные медиасистемы: основные составляющие						
Тема 1. Системный подход к изучению средств массовой информации. Признаки медиасистемы: компоненты числом более 2-х, их взаимодействие, системное качество. Средства массовой информации как элемент инфраструктуры. Компоненты медиасистемы. Формы их взаимодействия. Основные свойства медиасистемы (статические, динамические, синтетические). Статические свойства: целостность, открытость, внутренняя неоднородность, структурированность. Динамические свойства: функциональность, стимулируемость, изменчивость во времени, существование в меняющейся среде. Синтетические свойства: эмерджентность, интегративность, целесообразность.	4	2	2	8		

<p>Тема 2. Модели медиасистемы. СМИ и медиапредприятие. Социальная и экономическая модели медиасистемы – СМИ и медиапредприятие. Сущностные характеристики: элементы, управление системой. Цели, определяющие целостность и единство медиасистемы. Разница целей СМИ и медиапредприятия. Структура медиасистемы: макро и микроуровни. Государственное и рыночное регулирование моделями СМИ. Обратные связи в системе СМИ и медиапредприятий. Саморегулирование медиаорганизаций: социальная ответственность и экономические законы рынка. Формирование позитивного имиджа, лояльной аудитории. Информационная открытость. Маркетинговые и рекламные технологии медиасистем.</p>	2		6		
<p>Раздел 2. Тенденции развития медиасистем.</p>					К

<p>Тема 3. Эволюция медиасистемы: рыночные и социальные факторы. Основные этапы формирования медиарынка развитых стран и России. Экономические предпосылки изменений медиасистемы. Социальные предпосылки изменений медиасистемы. Особенности российской медиаотрасли. Структурные и функциональные составляющие современной западной и отечественной медиасистем: сходства и различия. Обзор крупнейших издательских домов, информационно-издательских компаний, медиахолдингов, информационно-промышленных концернов на международном рынке масс-медиа.</p>	4	2	12		
<p>Тема 4. Виды стратегий медиасистемы. Информационные стратегии. Западная модель информирования. Оценка объективности СМИ. Роль личности журналиста в информационной стратегии. Манипулятивные стратегии. Пропаганда. Виды и способы использования манипулятивных технологий. Манипуляция посредством управления информационными потоками. Использование особенностей мышления человека. Использование механизмов социального контроля. Диалоговые стратегии. Диалог как эффективная форма коммуникации. Стратегия участия. Высшая форма коммуникации в СМИ. Объединение целей, интересов, ресурсов. Деятельностный подход в медиасистеме. Медиаактивность, которая приводит к активизации гражданского общества.</p>	2	2	12		

<p>Тема 5. Глобальные трансформации современных масс-медиа. Актуальные проблемы, стоящие перед мировой цивилизацией в современный период. Роль журналистики в их освещении и решении. Основные современные проблемы в развитии России (в области государственного строительства, экономики, формировании гражданского общества, социальной и культурной сферах, области национальных отношений и т.п.). Функции журналистики по отношению к различным сферам социальных отношений. Предпосылки и причины глобальных трансформаций СМИ. Новые медиа. Новые способы передачи информации, новые виды контента и его трансляции. Социальная, экономическая и технологическая обусловленность появления новых медиа. Аудитория и журналистика. Смена вещательной модели на партнерскую. Децентрализация СМИ. Информальное поведение аудитории, информальные медиа. Отличия информальных СМИ от традиционных. Блоггерство. Язык блогосферы. Конвергенция СМИ. Взаимосвязь журналистики и современных футурологических концепции. Возможные сценарии развития. Медиасистемы и проблемы глобализации.</p>		2	2	12		
<p>Раздел 3. Менеджмент в современных медиасистемах</p>						
<p>Тема 6. Проектирование современных медиаорганизаций. Модель медиаорганизации: от замысла до конкретного плана действий. Пошаговый алгоритм разработки нового медиапроекта. Понятие концепции медиапроекта. Технологии позиционирования медиапроекта. Бизнес-план медиапроекта. Финансовый план медиапроекта. Производственный план медиапроекта. Особенности анализа конкурентной среды в масс-медиа. Специфика проектирования коммерческих и некоммерческих медиаорганизаций.</p>		4	6	12	ГД	
<p>Тема 7. Менеджмент медиапредприятий: управление производством контента. Особенности продукции масс-медиа как товара. Основные виды договоров, связанных с производством медиапродукции. Предмет договоров на производство медиапродукции. Объект купли-продажи договоров. Его основные характеристики. Содержание процедуры «приемки-передачи» договоров. Стороны договоров. Обязательства, права и гарантии сторон договоров. Этапы и сроки договоров. Четыре основных функции менеджмента, связанных с выполнением договоров на производство медиапродукции. Ответственность сторон договоров. Срок действия договоров и порядок их прекращения и изменения.</p>		2	2	3,75		Д

Тема 8. Основные составляющие договоров на создание медиапродукции – базовые понятия и определения. Содержание понятия «Товар (Произведение, Фильм)» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Собственник товара» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Элементы фильма» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Ноу-хау» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Рабочие материалы фильма» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Комплект поставки» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Синописис фильма» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «ЭКСМИ заказчика» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Контент» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Показ» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Видеоноситель» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Содержание понятия «Условия участия материалов» в договоре, связанном с производством медиапродукции. Конфиденциальность договора и её составляющие. Содержание понятий «Перечень» и «Аннотация» в договоре на производство медиапродукции.			2	6		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	18	18	71,75			
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25					
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	36,25		71,75			

#### 4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

#### 5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

##### 5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

##### 5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
-----------------	--	----------------------------------

ПК-2	<p>Формулирует сущность управления системой., ее цели, определяющие целостность и единство медиасистемы понятие команды медиапроекта, её признаки и структуру.</p> <p>Определяет социально-психологические аспекты менеджмента медиапроектами. Управляет конфликтами в проектной группе, осуществляет коммуникации между участниками медиапроекта.</p>	<p>Вопросы для устного собеседования.</p> <p>Практико-ориентированные задания.</p>
------	--	--

	Контролирует процесс планирования медиапроекта, как важной функции управления проектами в СМИ. Соблюдает иерархическую структуру работ.	
--	---	--

### 5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа
Зачтено	Обучающийся дал полный, исчерпывающий ответ, явно демонстрирующий глубокое понимание проблемы, обладание широкой эрудицией в оцениваемой области. Критический, оригинальный подход к исследуемому материалу	
Не зачтено	Обучающийся не выполнил большинство из предложенных заданий, не смог изложить содержание, допустил существенные ошибки в ответе на вопросы преподавателя. Незнание значительной части принципиально важной части исследованной проблемы.. Многочисленные грубые ошибки.	

## 5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

### 5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 4	
1	Характеристики жизненного цикла и рисков медиапроекта в сегменте Интернет-СМИ.
2	Характеристики жизненного цикла и рисков медиапроекта в телевизионном сегменте СМИ.
3	Характеристики жизненного цикла и рисков медиапроекта в радио сегменте СМИ.
4	Характеристики жизненного цикла и рисков медиапроекта в печатном сегменте СМИ.
5	Специфика рыночного и конкурентного анализа СМИ.
6	Особенности медиапродукта, его важнейшие характеристики. Взаимосвязь медиапродукта с проектом в СМИ.
7	Понятие медиапроекта и его специфические особенности.
8	Социально-психологические аспекты менеджмента медиапроектами. Управление конфликтами в проектной группе.
9	Документирование распределения ролей и ответственности членов команды медиапроекта. Сфера компетенций менеджера при подготовке и принятии решения по проекту в СМИ.
10	Развитие команды проекта в СМИ. Стадии развития команды медиапроекта.
11	Команда управления медиапроектом. Принципы формирования и задачи команды.
12	Информационные системы в менеджменте и управлении проектами в СМИ. Коммуникации между участниками медиапроекта.
13	Риски медиапроекта. Количественный и качественный анализ рисков проекта.
14	Основные показатели эффективности медиапроекта.
15	Жизненный цикл медиапроекта. Структура жизненного цикла и его значение для управления проектом. Взаимосвязи жизненного цикла проекта и продукта. Фазы медиапроекта.
16	Влияние специфики и характеристик редакции на управление медиапроектами.
17	Стадия разработки медиапроекта. Бизнес-идея и организация работ на стадии разработки проекта в СМИ.
18	Процесс планирования медиапроекта. Планирование как важная функция управления проектами в СМИ. Понятие об иерархической структуре работ.

19	Основное содержание работы по управлению качеством медиапроекта.
20	Стоимостная оценка медиапроекта. Методы и показатели оценки медиапроекта.
21	Основные показатели эффективности медиапроекта.
22	Понятие «сетевое планирование» медиапроектами.

### 5.2.2 Типовые тестовые задания

Не предусмотрено

### 5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

- Разработка модели печатного СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.
- Разработка модели радио-СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.
- Разработка модели телевизионного СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.
- Разработка модели Интернет-СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.
- Расходы и доходы медиапроекта.

## 5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

### 5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

### 5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная  Письменная  Компьютерное тестирование  Иная

### 5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

В течение семестра предусмотрено выполнение контрольной работы.

При проведении зачета время, отводимое на подготовку к ответу, составляет не более 20 минут. Для выполнения практического задания студенту предоставляется возможность пользоваться необходимыми первоисточниками. Сообщение результатов обучающемуся производится непосредственно после устного ответа.

## 6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### 6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Грекул В. И., Денищенко Г. Н., Коровкина Н. Л.	Проектирование информационных систем. Курс лекций	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/67376.html">http://www.iprbookshop.ru/67376.html</a>
Ньютон, Ричард, Кириченко, А.	Управление проектами от А до Я	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	<a href="http://www.iprbookshop.ru/82359.html">http://www.iprbookshop.ru/82359.html</a>
Шелонаев, С. И.	Современный менеджмент медиасистем	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/102965.html">http://www.iprbookshop.ru/102965.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Грекул В. И., Коровкина Н. Л., Куприянов Ю. В.	Методические основы управления ИТ-проектами	Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72338.html">http://www.iprbookshop.ru/72338.html</a>
Ильинский И. В., Лизовская В. В.	Управление проектами. Организация практических занятий в инновационной форме	СПб.: СПбГУПТД	2019	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201957">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201957</a>
Шелонаев С. И.	Управление проектами в СМИ	СПб.: СПбГУПТД	2017	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179102">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179102</a>



Браилова, О. В., Горчакова, В. Г., Есионова, С. С., Захарова, Е. Ю., Криволицкий, Е. Ю., Криволицкий, Ю. В., Немировская, М. Л., Сарымсаков, С. К., Фунберг, Л. А., Якушева, В. В., Криволицкого, Ю. В., Фунберга, Л. А.	Продюсерство. Экономико-математические методы и модели	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/83067.html">http://www.iprbookshop.ru/83067.html</a>
---	--	--------------------	------	---

### 6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Раздел. Информатика и информационные технологии» [Электронный ресурс]. URL: [http://window.edu.ru/catalog/?p\\_rubr=2.2.75.6](http://window.edu.ru/catalog/?p_rubr=2.2.75.6)

База данных Минэкономразвития РФ «Информационные системы Министерства в сети Интернет» [Электронный ресурс]. URL: <http://economy.gov.ru/minec/about/systems/infosystems/> Федеральный образовательный портал «Экономика Социология Менеджмент» [Электронный ресурс]. URL: <http://ecsocman.hse.ru>

Базы данных информационного портала Restko.ru (Информационные системы рынка рекламы, маркетинга, PR – Базы рынка рекламы [Электронный ресурс]. URL: <https://www.restko.ru/>  
Электронно-библиотечная система IPRbooks [Электронный ресурс]. URL: <http://www.iprbookshop.ru/>

### 6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

MicrosoftOfficeProfessional

Microsoft Windows

### 6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска