

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

«21» февраля 2023 года

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.01 Современные медиапроекты

Учебный план: 2023-2024 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.	Трудоё мкость, 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 Минобрнауки России 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 реализации современных медиапроектов

1.2 Задачи дисциплины:

ознакомить студентов с методикой многофакторного анализа перспектив запуска медиапроектов
дать представление об основных компонентах управления современными медиапроектами
выработать практические навыки решения творческих задач по реализации проектов в сфере медиа

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

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

- Контент-аналитические исследования СМИ
- Тенденции развития мировой медиаиндустрии
- Медиаэкономика
- Управление проектами

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ПК-2: Способен осуществлять разработку концепции авторских проектов в сфере журналистики
Знать: основные методологические подходы к управлению медиапроектами
Уметь: выделить основные проектные структуры управления
Владеть: навыками управления планированием, финансовым профилем и рисками проектов в СМИ

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. Современный медиапроект и его специфика	4					Пр
Тема 1. Понятие медиапроекта. Современные медиапроекты в контексте новых информационных технологий. Особенности медиапродукта, его важнейшие характеристики. Взаимосвязь медиатора с проектом в СМИ.		4	4	8		
Тема 2. Новая и традиционная медиасистемы. Кризис системы СМИ, поиск новых рекламных медианосителей. Медиапроект как инструмент влияния на целевые аудитории в новой системе медиакоординат.		2	4	10	ИЛ	
Раздел 2. Стандарты медиапроектного менеджмента в России и за рубежом.						
Тема 3. Медиапроект – в России и на Западе. Основные методологические подходы к управлению медиапроектами. Свод знаний по управлению проектами. Проект РМВоК. Основные стандарты PMI, IPMA. Сравнительный анализ методологий РМВоК и P2M.		4	2	16	ИЛ	
Тема 4. Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации. Медиапроект в условиях реальностей России: особенности планирования и реализации. Конкурентное поле и поиск новых ниш в современных медиасистемах.		2		12	ИЛ	
Раздел 3. Управление реализацией медиапроекта					Пр	

Тема 5. Уникальность медиапроекта. Сроки медиапроекта. Постановка цели. Структура медиапроекта. Сценарий проекта. Анализ рисков. Бюджет медиапроекта. Ограничения медиапроекта. Проектная команда.	2	4	11,5		
Тема 6. Эффективность современного медиапроекта. Специфика рыночного и конкурентного анализа СМИ. Характеристики жизненного цикла медиапроекта в различных сегментах СМИ – печатном, радио, телевизионном, сетевом. Оценка рисков проекта в СМИ.	4	4	14,25		
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	18	18	71,75		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	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 понятие медиапроекта, современные медиапроекты в контексте новых информационных технологий. Повествует об особенностях медиапродукта, его важнейшие характеристики, взаимосвязь медиатора с проектом в СМИ.</p> <p>Выделяет основные методологические подходы к управлению медиапроектами.</p> <p>Использует навыки управление реализацией медиапроекта</p>	<p>Практико-ориентированные задания.</p> <p>Вопросы для устного собеседования.</p>

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	Место медиапроектов в традиционной и новой системе медиабизнеса

2	Медиапроекты как новые рекламные носители
3	Стандарты управления проектами: IPMA и PMI.
4	Сравнительный анализ методологий PMBoK и P2M.
5	Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации.
6	Особенности реализации медиапроекта в российском регионе
7	Постановка цели и задач медиапроекта.
8	Анализ рисков медиапроекта
9	Команда медиапроекта.
10	Организация медиапроекта
11	Медиапроект и медиапродукт.
12	Основные этапы разработки бизнес-плана медиапроекта.
13	Показатели эффективности медиапроекта.
14	Проектные структуры управления: понятие и виды.
15	Характеристики жизненного цикла медиапроекта в печатном сегменте СМИ
16	Характеристики жизненного цикла медиапроекта в радио-сегменте СМИ.
17	Характеристики жизненного цикла медиапроекта в ТВ-сегменте СМИ.
18	Характеристики жизненного цикла медиапроекта в Интернет-сегменте СМИ.
19	Группы влияния медиапроекта
20	Исследования до старта медиапроекта

5.2.2 Типовые тестовые задания

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Организационно-экономический анализ реализованных медиапроектов из выбранного сегмента медиа
 Анализ существующих творческих и бизнес-моделей медиапроектов российских телеканалов, радиостанций, интернет- и печатных СМИ

Разработка концепции медиапроекта в выбранном сегменте СМИ

Анализ различных этапов реализации медиапроектов конкретного российского региона

Анализ конкурентной среды 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

Неотъемлемой частью промежуточной аттестации является организационно-экономический анализ реализованных медиапроектов из выбранного сегмента медиа.

Проект выполняется индивидуально, либо творческим коллективом (не более трех участников).

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Ньютон, Ричард, Кириченко, А.	Управление проектами от А до Я	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82359.html
Троицкая, Н. Н.	Управление проектами	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	https://www.iprbookshop.ru/116005.html
Загеева, Л. А., Маркова, Е. С.	Управление проектами	Липецк: Липецкий государственный технический университет, ЭБС АСВ	2019	http://www.iprbookshop.ru/101461.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				

Шелонаев С. И.	Управление проектами в СМИ	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179102
Зеленский, П. С., Зимнякова, Т. С., Поподько, Г. И., Нагаева, О. С., Улина, С. Л., Элияшева, М. И., Поподько, Г. И.	Управление проектами	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2017	http://www.iprbookshop.ru/84174.html

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

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