

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Современный менеджмент медиасистем

Учебный план: 2024-2025 42.04.02 ВШПМ Журналистика ЗАО № 2-3-130.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:
(специальность) 42.04.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика
(специализация)

Уровень образования: магистратура

Форма обучения: заочная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)		Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации
		Лекции	Практ. занятия				
2	УП	8	4	92	4	3	Зачет
	РПД	8	4	92	4	3	
Итого	УП	8	4	92	4	3	
	РПД	8	4	92	4	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 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:

Теория журналистики

Медиаэкономика

Современные региональные СМИ

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
		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.	2	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>				10	
<p>Раздел 2. Тенденции развития медиасистем.</p>					

<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>		2	1	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>		1		14	

<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>		1		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>		2	1	16	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>				8	

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.				12	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	4	92		
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
Всего контактная работа и СР по дисциплине	12,25		92		

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
Курс 2	
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
6.1.1 Основная учебная литература				
Белый, Е. М., Романова, И. Б.	Управление проектами	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	https://www.iprbooks.hop.ru/127576.html
Леонова Л. А.	Внутренние коммуникации и основы корпоративной культуры	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249509
Муртазина, М. Ш.	Управление проектами в сфере информационных технологий	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/126640.html
6.1.2 Дополнительная учебная литература				
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	http://www.iprbookshop.ru/83067.html
Редколлегия	Патенты и лицензии. Интеллектуальные права. - 2024, № 02	Санкт-Петербург: Редакция журнала	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201913545
Ильинский И. В., Лизовская В. В.	Управление проектами. Организация практических занятий в инновационной форме	СПб.: СПбГУПТД	2019	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=201957
Ньютон, Ричард, Кириченко, А.	Управление проектами от А до Я	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82359.html
Баркалов, С. А., Мажарова, Л. А., Перевалова, О. С.	Корпоративное управление	Воронеж: Воронежский государственный технический университет, ЭБС АСВ	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/127233.html

Колодиев Н. Н.	Политические коммуникации в медиа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249508
Шелонаев С. И.	Современный менеджмент медиасистем	СПб.: СПбГУПТД	2017	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20179107

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