

УТВЕРЖДАЮ  
Первый проректор, проректор  
по УР

\_\_\_\_\_ А.Е. Рудин

## Рабочая программа дисциплины

**Б1.В.ДВ.03.01** Современные медиапроекты

Учебный план: 2025-2026 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 Сергей Игоревич

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
- Управление проектами
- Медиаэкономика

### 2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

<b>ПК-2: Способен осуществлять разработку концепции авторских проектов в сфере журналистики</b>
<b>Знать:</b> основные методологические подходы к управлению медиапроектами
<b>Уметь:</b> выделить основные проектные структуры управления
<b>Владеть:</b> 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	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				
<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 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

не предусмотрено

### 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
<b>6.1.1 Основная учебная литература</b>				
Белый, Е. М., Романова, И. Б.	Управление проектами	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/127576.html">https://www.iprbooks.hop.ru/127576.html</a>
Муртазина, М. Ш.	Управление проектами в сфере информационных технологий	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет	2022	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/126640.html">https://www.iprbooks.hop.ru/126640.html</a>

Троицкая, Н. Н.	Управление проектами	Москва: Российский университет транспорта (МИИТ)	2020	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/116005.html">https://www.iprbooks.hop.ru/116005.html</a>
<b>6.1.2 Дополнительная учебная литература</b>				
Колодиев Н. Н.	Политические коммуникации в медиа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249508">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249508</a>
Мазилкина, Е. И.	Бизнес-планирование	Москва: Ай Пи Ар Медиа	2023	<a href="https://www.iprbooks.hop.ru/127568.html">https://www.iprbooks.hop.ru/127568.html</a>
Кислицына А. А.	Маркетинг социальных медиа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023144">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023144</a>
Корочкова С. А.	Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	<a href="http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239459">http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239459</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>

## 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