

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 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 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
- Медиаэкономика
- Управление проектами

### 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	
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Современный медиапроект и его специфика	2					
Тема 1. Понятие медиапроекта. Современные медиапроекты в контексте новых информационных технологий. Особенности медиапродукта, его важнейшие характеристики. Взаимосвязь медиатора с проектом в СМИ.		2		16		
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	16	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 Р2М.			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						

Тема 5. Уникальность медиапроекта. Сроки медиапроекта. Постановка цели. Структура медиапроекта. Сценарий проекта. Анализ рисков. Бюджет медиапроекта. Ограничения медиапроекта. Проектная команда.				16	
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.	2	2		16	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	8	4		92	
Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)	0,25				
<b>Всего контактная работа и СР по дисциплине</b>	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 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
Курс 2	
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.iprbookshop.ru/116005.html">https://www.iprbookshop.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.iprbookshop.ru/127568.html">https://www.iprbookshop.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