

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор
по УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.В.ДВ.03.02 Современный менеджмент медиасистем

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 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				
Шелонаев, С. И.	Современный менеджмент медиасистем	Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2017	http://www.iprbookshop.ru/102965.html
Ньютон, Ричард, Кириченко, А.	Управление проектами от А до Я	Москва: Альпина Бизнес Букс	2019	http://www.iprbookshop.ru/82359.html
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
Колодиев Н. Н.	Политические коммуникации в медиа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2024	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20249508
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

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»](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