

Частное образовательное учреждение высшего образования
«САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ТЕХНОЛОГИЙ
УПРАВЛЕНИЯ И ЭКОНОМИКИ»

РАССМОТРЕНО И ОДОБРЕНО

УТВЕРЖДАЮ

На заседании кафедры рекламы и
связей с общественностью
Протокол № 10 от 30.05.2023 г.

Первый проректор
С.В. Авдашкевич
28.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина:	Б1.В.01 Технологии подготовки печатных и электронных СМИ
Направление подготовки:	42.03.05 Медиакоммуникации
Направленность (профиль):	Управление медиакоммуникациями
Уровень высшего образования:	Бакалавриат
Форма обучения:	очная, заочная
Разработчики:	Кандидат педагогических наук, доцент Юмашева И. А.

Санкт-Петербург
2023

1. Цели и задачи дисциплины:

Цель освоения дисциплины:

Освоение инструментов моделирования и управления медиапроектов и – в непосредственной связи с этим – формирование у студентов способности к созданию медиапроекта как особого информационно-творческого продукта.

Задачи дисциплины:

Выработка системы знаний о месте проекта в парадигме медиарынка, о месте и значимости медиапроекта в структуре медикомпании и медиахолдинга;

Знакомство с организационными формами медиапроекта в структуре медиапредприятий;

Выработка навыков управления медиапроектной работой, презентации и защиты медиапроекта перед вышестоящими менеджерами;

Выработка навыков создания локального авторского медиапроекта;

Формирование навыков разработки, анализа и коррекции концепции СМИ.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы высшего образования

Планируемые результаты освоения ОП ВО (код и содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Примечание
ПК-5 Способен осуществлять профессиональную деятельность по формированию материалов в соответствии со спецификой и жанровым направлением СМИ и представлению актуальной информации для населения через медиаканалы	ПК-5.1 Знает грамматику и стилистику русского и иностранного языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы информационной специализации СМИ, принципы и методы построения материалов в соответствии с законами жанра, а также основы линейного и нелинейного монтажа.	11.003 Профессиональный стандарт «Корреспондент средств массовой информации»
	ПК-5.2 Осуществляет подготовку материалов в соответствии с законами жанра СМИ, в том числе формулирует заголовки материалов СМИ с акцентуацией тематики и значимых деталей итогового материала.	
	ПК-5.3 Способен выполнять функции по подготовке обработанных материалов публикации определенного жанра и соответствующей тематики для разных типов СМИ, а также разрабатывать предложения для монтажа в процессе формирования видеоматериала, презентовать подготовленные материалы ответственному редактору для размещения в СМИ.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5.1. Знает грамматику и стилистику русского и иностранного языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы информационной специализации СМИ, принципы и методы построения материалов в соответствии с законами жанра, а также основы линейного и нелинейного монтажа.	Знает основы грамматики и стилистики русского и иностранного языка, стилистические особенности СМИ, принципы информационной специализации современных СМИ, методы и технологии построения материалов по жанровым законам, а также знает основы видеомонтажа.
ПК-5.2. Осуществляет подготовку материалов в соответствии с законами жанра СМИ, в том числе формулирует заголовки материалов СМИ с акцентуацией тематики и значимых деталей итогового материала.	Успешно выполняет подготовку публикаций для современных СМИ в соответствии с жанровой спецификой, формулирует заголовки публикаций с учетом тематики публикационного материала.

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-5.3. Способен выполнять функции по подготовке обработанных материалов публикации определенного жанра и соответствующей тематики для разных типов СМИ, а также разрабатывать предложения для монтажа в процессе формирования видеоматериала, презентовать подготовленные материалы ответственному редактору для размещения в СМИ.	Осуществляет подготовку публикационных материалов с учетом специфики СМИ, его жанровых особенностей, актуальности тематики. Формирует концепцию видеомонтажа, а также осуществляет презентацию публикационных материалов выпускающему редактору с целью обоснования актуальности их размещения в соответствующем номере.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ПК-5.1	ПК-5.2	ПК-5.3
1	Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик.	ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)
2	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
3	Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах.	ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
4	Коммуникации как стратегическая основа создания медиапроекта.	ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
5	Идея и план медиапроекта. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов	ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
6	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	ПК-5	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Задания творческого уровня №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа

Тема 1: Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик.

Определение медиапроекта. Содержание понятия «медиапроект». Признаки медиапроекта. Классификация медиапроектов. Характеристика локального медиапроекта. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик. Специфика медиапроектов в зависимости от вида. Изучение конкурентов на федеральном уровне и локальном рынке. Позиционирование медиапродукта. Изучение потребностей целевой аудитории. Разработка модели СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.

Практические занятия/самостоятельная работа:

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Определение медиапроекта. Содержание понятия «медиапроект». Признаки медиапроекта. Классификация медиапроектов. Характеристика локального медиапроекта. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик. Специфика медиапроектов в зависимости от вида. Изучение конкурентов на федеральном уровне и локальном рынке. Позиционирование медиапродукта. Изучение потребностей целевой аудитории. Разработка модели СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России Проект – в России и на Западе. Стандарты и признаки управления проектами: IPMA и PMI. Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации. Медиапроект в России: по стандарту и реально. Структура медиапроектной заявки. Исследование поля битвы. Уникальность проекта. Сроки проекта. Постановка цели. Сценарий проекта. Анализ рисков. Бюджет проекта. Ограничения проекта. Проектная команда. Отграничения от других замыслов. Специфичная для проекта организация</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Проект – в России и на Западе. Стандарты и признаки управления проектами: IPMA и PMI. Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации. Медиапроект в России: по стандарту и реально. Структура медиапроектной заявки. Исследование поля битвы. Уникальность проекта. Сроки проекта. Постановка цели. Сценарий проекта. Анализ рисков. Бюджет проекта. Ограничения проекта. Проектная команда. Отграничения от других замыслов. Специфичная для проекта организация</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах. Медиапроект и медиапродукт. Встраивание медиапроекта в структуру компании. Структурирование, разработка критериев оценки эффективности медиапроекта. Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах. Оценка эффективности медиапроекта.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Медиапроект и медиапродукт. Встраивание медиапроекта в структуру компании. Структурирование, разработка критериев оценки эффективности медиапроекта. Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах. Оценка эффективности медиапроекта. Интернет-медиапроекты. Исследовательские медиапроекты. Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты. Социальные медиапроекты</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Коммуникации как стратегическая основа создания медиапроекта. Понятие и структура коммуникаций. Основные коммуникационные теории. Правила ведения коммуникаций в медиапроекте. Организационная структура медиапроекта. Новые медиа и особенности коммуникаций. Внутрипроектные коммуникации и их особенности. Коммуникации целевой аудиторией и их особенности. Коммуникации с партнерами медиапроекта и их особенности. Коммуникации с заказчиком медиапроекта и их особенности.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Понятие и структура коммуникаций. Основные коммуникационные теории. Правила ведения коммуникаций в медиапроекте. Организационная структура медиапроекта. Новые медиа и особенности коммуникаций. Внутрипроектные коммуникации и их особенности. Коммуникации целевой аудиторией и их особенности. Коммуникации с партнерами медиапроекта и их особенности. Коммуникации с заказчиком медиапроекта и их особенности.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Идея и план медиапроекта. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов Разработка идеи и плана медиапроекта. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл. Моделирование цели медиапроекта по SMART. Вариативность, создание, разработка и реализация медиапроектов. Эффективность и проблемы продвижения медиапроектов. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа: Разработка идеи и плана медиапроекта. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл. Вариативность, создание, разработка и реализация медиапроектов. Эффективность и проблемы продвижения медиапроектов. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Медиапроект как работа с «человеческим фактором». Заинтересованные группы медиапроекта. Работа с ожиданиями, предоставление быстрого результата. Правила ведения коммуникаций и энергетика медиапроекта. Моделирование эффективного медиапродукта. «5P» маркетинг-микса. Формула аудитории. Место медиапродукта в информационно-приватизационных войнах. Поиск ниши и позиционирования. Распространение и продвижение медиапродукта. Запуск сетевого проекта. «Что?», «Где?», «Когда?», «Зачем?», «Как?», «А если?», «Сколько?», «А хватит?», «Кто?» Защита сетевого проекта. Бизнес-планирование и анализ аудитории</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Медиапроект как работа с «человеческим фактором». Заинтересованные группы медиапроекта. Работа с ожиданиями, предоставление быстрого результата. Правила ведения коммуникаций и энергетика медиапроекта. Моделирование эффективного медиапродукта. «5P» маркетинг-микса. Формула аудитории. Место медиапродукта в информационно-приватизационных войнах. Поиск ниши и позиционирования. Распространение и продвижение медиапродукта. Запуск сетевого проекта. «Что?», «Где?», «Когда?», «Зачем?», «Как?», «А если?», «Сколько?», «А хватит?», «Кто?» Защита сетевого проекта. Бизнес-планирование и анализ аудитории</p> <p>Лабораторная работа: -</p> <p>Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом</p>

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 4
Аудиторные занятия (АЗ):	32	32
Лекционные занятия (Лек)	16	16
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	16	16
Самостоятельная работа студента (СР)	45	45
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	45	45
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	36	36
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	27	27
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям, подготовка к зачету (при наличии)

№	Наименование темы дисциплины	Семестр Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик.	4	2	2	0	8	2
2	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	4	2	2	0	8	2
3	Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах.	4	2	2	0	8	2
4	Коммуникации как стратегическая основа создания медиапроекта.	4	2	2	0	7	2
5	Идея и план медиапроекта. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов	4	4	4	0	7	4
6	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	4	4	4	0	7	4
Итого:			16	16	0	45	16

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 5
Аудиторные занятия (АЗ):	10	10
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	6	6
Самостоятельная работа студента (СР)	85	85
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	85	85
Контроль самостоятельной работы (КСР)	4	4
Контактная работа (КоР)	14	14
Форма промежуточной аттестации	0	Экзамен
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	9	9
Общая трудоемкость дисциплины, часы/ЗЕТ	108/3	108/3

* Подготовка к аудиторным занятиям

№	Наименование темы дисциплины	Семестр/ Курс	Количество учебных часов				Практическая подготовка
			В том числе по видам аудиторных занятий			СР	
			Лек	Пр	Лаб		
1	Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик.	5	2	0	0	15	2
2	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	5	0	2	0	14	2
3	Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах.	5	2	0	0	14	2
4	Коммуникации как стратегическая основа создания медиапроекта.	5	0	0	0	14	2
5	Идея и план медиапроекта. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов	5	0	2	0	14	4
6	Основы управления медиапроектом. СМИ как медиапроект	5	0	2	0	14	4
Итого:			4	6	0	85	16

* Практическая подготовка при реализации дисциплин организована путем проведения практических занятий и (или) выполнения лабораторных и (или) курсовых работ и (или) путем выделения часов из часов, отведенных на самостоятельную работу, и предусматривает выполнение работ, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

4. Способ реализации дисциплины

Без использования онлайн-курса.

5. Учебно-методическое обеспечение дисциплины:

Основная литература:

1. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. ОСОБЕННОСТИ ПРОИЗВОДСТВА. Учебник для вузов / Чефранов С. Д., 2022 г. - 385 с. - ISBN 978-5-534-15324-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-osobennosti-proizvodstva-488438>

2. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ. Учебное пособие для вузов / Чефранов С. Д., 2022 г. - 134 с. - ISBN 978-5-534-13110-9 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnologiya-proizvodstva-pechatnyh-i-elektronnyh-sredstv-informacii-teoreticheskie-osnovy-497571>

3. ТЕХНОЛОГИЯ ПРОИЗВОДСТВА ПЕЧАТНЫХ И ЭЛЕКТРОННЫХ СРЕДСТВ ИНФОРМАЦИИ. Учебное пособие для вузов / Сергеев Е. Ю. - Российский государственный педагогический университет имени А.И. Герцена (Герценовский университет) (г. Санкт-Петербург), 2022 г. - 227 с. - ISBN 978-5-534-10033-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/>

Дополнительная литература:

1. ЭЛЕКТРОННЫЕ ИЗДАНИЯ. ТЕХНОЛОГИЯ ПОДГОТОВКИ + ДОП. МАТЕРИАЛ В ЭБС. Учебное пособие для вузов / Григорьева Е. И., Ситдииков И. М., 2022 г. - 439 с. - ISBN 978-5-534-06328-8 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/elektronnye-izdaniya-tehnologiya-podgotovki-dop-material-v-eps-493892>

2. ФИЗИКО-ХИМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ПОЛИГРАФИЧЕСКОГО ПРОИЗВОДСТВА 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Конюхов В. Ю., Папикян С. Х. - Российский химико-технологический университет имени Д.И. Менделеева (г. Москва), 2022 г. - 322 с. - ISBN 978-5-534-05339-5 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/fiziko-himicheskie-osnovy-poligraficheskogo-proizvodstva-493008>

3. ПОЛИГРАФИЧЕСКОЕ ПРОИЗВОДСТВО 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Самарин Ю. Н. - Московский политехнический университет (г. Москва), 2022 г. - 497 с. - ISBN 978-5-534-12023-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/poligraficheskoe-proizvodstvo-496023>

6. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень программного обеспечения

1. Операционная система
2. Пакет прикладных офисных программ
3. Антивирусное программное обеспечение
4. LMS Moodle
5. Вебинарная платформа

7. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», информационных справочных систем и профессиональных баз данных, необходимых для освоения дисциплины

1. ibooks.ru : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://ibooks.ru>. - Текст: электронный

2. Электронно-библиотечная система СПБУТУиЭ : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://libume.ru>. - Текст: электронный

3. Юрайт : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://urait.ru>. - Текст: электронный

4. [eLibrary.ru](http://elibrary.ru) : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <http://elibrary.ru>. - Текст: электронный

5. Архив научных журналов НЭИКОН [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: agch.neicon.ru. - Текст: электронный

6. КиберЛенинка : научная электронная библиотека [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>. - Текст: электронный

7. Лань : электронно-библиотечная система [Электронный ресурс] : профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://e.lanbook.com>. - Текст: электронный

8. Книжная индустрия [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.bookind.ru>. - Текст: электронный

9. Книжное обозрение [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://книгобоз.рф/>. - Текст: электронный

10. Университетская книга [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://www.unkniga.ru>. - Текст: электронный

11. ЛибИнформ [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <http://libinform.ru>. - Текст: электронный

12. Connect: IT-технологии : информационная справочная система. - Режим доступа: <https://www.connect-wit.ru/>. - Текст: электронный

13. it-world.ru [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.it-world.ru>. - Текст: электронный

14. Министерство цифрового развития, связи и массовых коммуникаций Российской Федерации: профессиональная база данных. - Режим доступа: <https://digital.gov.ru>. - Текст: электронный

15. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций: профессиональная база данных . - Режим доступа: <https://rkn.gov.ru>. - Текст: электронный

16. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям: профессиональная база данных . - Режим доступа: <http://archive.government.ru/power/66/>. - Текст: электронный

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

1. Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, семинарского типа - практических занятий, для групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оборудованная: рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью; рабочим местом преподавателя, оснащенным специальной мебелью, персональным компьютером с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; техническими средствами обучения - мультимедийным оборудованием (проектор, экран, колонки) и маркерной доской; лицензионным программным обеспечением

2. При применении электронного обучения, дистанционных образовательных технологий используются: виртуальные аналоги учебных аудиторий - вебинарные комнаты на вебинарных платформах, рабочее место преподавателя, оснащенное персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройствами), программным обеспечением; рабочее место обучающегося оснащено персональным компьютером (планшет, мобильное устройство) с возможностью подключения к сети «Интернет», доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета и к информационно-образовательному portalу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном portalе Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

3. Помещение для самостоятельной работы, оборудованное специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета, лицензионным программным обеспечением

9. Оценочные материалы по дисциплине

Описание оценочных средств (показатели и критерии оценивания, шкалы оценивания) представлено в приложении к основной профессиональной образовательной программе «Каталог оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации».

Процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности приводятся в соответствующих методических материалах и локальных нормативных актах Университета.

Для оценивания учебных достижений студентов в Университете действует балльно-рейтинговая система.

Если оценка, соответствующая набранной в семестре сумме рейтинговых баллов, удовлетворяет студента, то она является итоговой оценкой по дисциплине при проведении

промежуточной аттестации в форме экзамена/зачета с оценкой/зачета.

Условием сдачи экзамена/зачета с оценкой/зачета с целью повышения итоговой оценки по дисциплине является сдача студентом экзамена, за который он получает экзаменационные баллы без учета баллов, полученных за текущий контроль:

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся зачетом без оценки

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Незачет		Зачет					
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	50 и менее	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

Шкала оценивания учебных достижений по дисциплине, завершающейся экзаменом/зачетом с оценкой

Баллы по дисциплине	60 и менее		61-73		74-90		91-100	
Итоговая оценка по дисциплине	Неудовлетворительно		Удовлетворительно		Хорошо		Отлично	
Баллы в международной шкале ECTS с буквенным обозначением уровня	<50	51-60	61-67	68-73	74-83	84-90	91-100	
	F	Fx	E	D	C	B	A	
Уровень сформированности компетенций	Не сформированы		Пороговый		Высокий		Повышенный	

9.1. Типовые контрольные задания для текущего контроля

Доклад, сообщение/Реферат №1

1. Определение медиапроекта. Эволюция научных и практических подходов к пониманию содержания и структуры медиапроекта.
2. Содержание понятия «медиапроект». Признаки медиапроекта.
3. Классификация медиапроектов. Характеристика локального медиапроекта.
4. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик. Специфика медиапроектов в зависимости от вида.
5. Изучение конкурентов на федеральном уровне и локальном рынке.
6. Позиционирование медиапродукта.
7. Изучение потребностей целевой аудитории.
8. Разработка модели СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.

Собеседование, опрос/Контрольная работа №1

1. Медиапроект как работа с «человеческим фактором». Заинтересованные группы медиапроекта. Работа с ожиданиями, предоставление быстрого результата.
2. Правила ведения коммуникаций и энергетика медиапроекта. Моделирование эффективного медиапродукта. «5Р» маркетинг-микса. Формула аудитории.
3. Место медиапродукта в информационно-приватизационных войнах. Поиск ниши и позиционирования. Распространение и продвижение медиапродукта.
4. Запуск сетевого проекта. «Что?», «Где?», «Когда?», «Зачем?», «Как?», «А если?», «Сколько?», «А хватит?», «Кто?» Защита сетевого проекта. Бизнес-планирование и анализ аудитории

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1

1. Проект – в России и на Западе.

2. Стандарты и признаки управления проектами: IPMA и PMI.
3. Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации.
4. Медиапроект в России: по стандарту и реально.
5. Структура медиапроектной заявки.
6. Исследование поля битвы.
7. Уникальность проекта. Сроки проекта. Постановка цели.
8. Сценарий проекта. Анализ рисков.
9. Бюджет проекта. Ограничения проекта.
10. Проектная команда. Отграничения от других замыслов. Специфичная для проекта организация

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2

1. Медиапроект и медиапродукт.
2. Встраивание медиапроекта в структуру компании.
3. Структурирование, разработка критериев оценки эффективности медиапроекта.
4. Типы медиапроектов социальной направленности.
5. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах.
6. Оценка эффективности медиапроекта.
7. Интернет-медиапроекты.
8. Исследовательские медиапроекты.
9. Творческие, игровые и развлекательные медиапроекты.
10. Социальные медиапроекты

Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3

1. Понятие и структура коммуникаций.
2. Основные коммуникационные теории.
3. Правила ведения коммуникаций в медиапроекте.
4. Организационная структура медиапроекта.
5. Новые медиа и особенности коммуникаций.
6. Внутрипроектные коммуникации и их особенности.
7. Коммуникации целевой аудиторией и их особенности.
8. Коммуникации с партнерами медиапроекта и их особенности.
9. Коммуникации с заказчиком медиапроекта и их особенности.
10. Разработка идеи и плана медиапроекта.
11. Медиапроект: понятие, типы, жизненный цикл.
12. Моделирование цели медиапроекта по SMART.
13. Вариативность, создание, разработка и реализация медиапроектов.
14. Эффективность и проблемы продвижения медиапроектов.
15. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов.

Задание творческого уровня №1

1. Разработайте заявку на реализацию медиапроекта для одного из существующих на рынке СМИ, медиахолдингов и т. д. Примените основные методы анализа при разработке стратегии. В итоговом документе должны быть следующие компоненты:
 - Исследование рыночного поля
 - Целевая аудитория
 - Цель медиапроекта
 - Этапы (результаты)
 - Анализ рисков и пути их преодоления.
 - Бюджет

– Ограничения проекта

– Проектная команда

2. Разработать авторский медиапроект. Обосновать идею проекта. Обосновать структуру, бюджет и систему управления медиапроекта. Подготовить бизнес-план медиапроекта. Подготовить творческую защиту авторского медиапроекта.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: экзамен

Примерный перечень теоретических вопросов к экзамену (Вопрос № 1)

1. Место медиапроектов в традиционной и новой системе медиабизнеса.
2. Медиапроекты как новые рекламные носители
3. Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России.
4. Стандарты управления проектами: IPMA и PMI.
5. Признаки проекта по IPMA.
6. Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации.
7. Особенности реализации медиапроекта в российском регионе
8. Структура медиапроектной заявки.
9. Исследования до старта медиапроекта
10. Постановка цели медиапроекта.
11. Анализ рисков медиапроекта
12. Команда медиапроекта.
13. Организация медиапроекта.
14. Группы влияния медиапроекта
15. Медиапроект и медиапродукт.
16. Встраивание медиапроекта в структуру компании.
17. Линейная организация медиапроекта
18. Штабная организация медиапроекта
19. Матричная организации медиапроекта.
20. Структурирование медиапроекта.
21. Бюджетирование медиапроекта.
22. Моделирование эффективного медиапродукта.
23. «5P» маркетинг-микса.
24. Формула «ЗЕЭН»
25. Формула аудитория.
26. Медиапродукт, «который продает себя сам».
27. Поиск ниши и позиционирование.
28. Цена и распространение медиапродукта.
29. PRO-движение медиапродукта.
30. Признаки медиапроекта.
31. Матрица вывода нового СМИ на рынок
32. Разработка модели СМИ, ориентированной на ЦА.
33. Жизнеустойчивость проекта.
34. Коммуникации в медиапроектах.
34. Этапы, задачи, результаты медиапроекта

Примерный перечень практических заданий к экзамену (Вопрос № 2)

Задание 1. Выбрать тему презентации, подготовить по ней блок-схемы, рисунки, фотографии, пояснительные тексты, музыкальное сопровождение, видеофрагменты, элементы анимации и

главную идею.

Разработать сценарий презентации Power Point. Включить разные типы слайдов (многоабзачные тексты (списки), таблицы, диаграммы, организационные диаграммы, изображения). Установить единый стиль оформления (подложки). Расставить временные интервалы смены слайдов. Расставить анимационные эффекты смены слайдов. Вставка гиперссылок и кнопок (элементов управления) обязательна. Вставка аудиосопровождения (фоновая музыка, речь), синхронизированного с временной диаграммой презентации обязательна.

Задание 2. В течение 35 минут составить бизнес-план редакции для 1) ежедневной газеты; 2) ежемесячного журнала; 3) новостного сайта; 4) телеканала; 5) радиостанции. Издание студенты должны придумать самостоятельно, а не брать из тех, что когда-либо существовали или существуют поныне. В бизнес-плане необходимо указать основные доходы и расходы редакции за месяц (для ежемесячного журнала – за 12 месяцев), план выпуска номеров или программ, обозначить возможные перспективы развития того или иного издания. В бизнес-план обязательно должны быть включены разделы: 1. Резюме. 2. Компания. 3. Анализ рынка. 4. План производства. 5. Менеджмент и организация. 6. Долгосрочное развитие. 7. Финансовый план. 8. Логистика.

Раздел билета	Компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Количество баллов
Вопрос №1 Теоретический вопрос (проверяет знания («знать»)), сформированные дисциплиной)	ПК-5	Знает основы грамматики и стилистики русского и иностранного языка, стилистические особенности СМИ, принципы информационной специализации современных СМИ, методы и технологии построения материалов по жанровым законам, а также знает основы видеомонтажа .	40
Вопрос №2 Практическое задание (проверяет умения («уметь»)), проверяет практические навыки («владеть»), сфор- мированные дисциплиной)	ПК-5	Успешно выполняет подготовку публикаций для современных СМИ в соответствии с жанровой спецификой, формулирует заголовки публикаций с учетом тематики публикационного материала. Осуществляет подготовку публикационных материалов с учетом специфики СМИ, его жанровых особенностей, актуальности тематики. Формирует концепцию видеомонтажа, а также осуществляет презентацию публикационных материалов выпускающему редактору с целью обоснования актуальности их размещения в соответствующем номере.	60