

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.О.20 Технология создания и продвижения медиапродукта
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:

Изучение механизмов и стратегий производства современного медиапроекта как продукта интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.

Задачи дисциплины:

Изучение совокупности технологических средств и приемов передачи потребителю информационного сообщения в формате определенного медийного канала. Овладение технологиями производства современного медиапроекта. Изучение путей разработки, анализа и коррекции концепции СМИ. Рассмотрение путей развития и способов финансирования медиапроекта. Знакомство с правилами и нормами правового оформления медийного проекта. Обретение навыков производства локального авторского медийного проекта. Формирование навыков 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
ОПК-1 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	ОПК-1.1 Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	Наименование категории (группы) компетенций: «Продукт профессиональной деятельности»
	ОПК-1.2 Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	
	ОПК-1.3 Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	
ОПК-3 Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3.1 Знает основы мировой художественной и отечественной культуры.	Наименование категории (группы) компетенций: «Культура»
	ОПК-3.2 Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	
	ОПК-3.3 Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7.1 Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Наименование категории (группы) компетенций: «Эффекты»
	ОПК-7.2 Умеет применять на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.	
	ОПК-7.3 Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	

Планируемые результаты обучения по ОП ВО (индикаторы достижения компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-1.1. Знает основы подготовки и размещения медиатекстов и их отличительные особенности.	Знает и успешно создает востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем
ОПК-1.2. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиа-продуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.	Профессионально выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.
ОПК-1.3. Осуществляет подготовку медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Выполняет на профессиональном уровне по функции подготовке медиатекстов и (или) медиапродуктов, коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков,
ОПК-3.1. Знает основы мировой художественной и отечественной культуры.	Знает и опирается в своей работе на основы мировой художественной и отечественной культуры и её достижения.
ОПК-3.2. Демонстрирует кругозор в сфере отечественного и мирового культурного процесса.	Обладает широким кругозором в сфере отечественного и мирового культурного процесса.
ОПК-3.3. Учитывает достижения отечественной и мировой культуры, а также средства художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.	Использует достижения отечественной и мировой культуры, средств художественной выразительности в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов.
ОПК-7.1. Знает цеховые принципы социальной ответственности, типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.	Соблюдает цеховые принципы социальной ответственности, учитывает типовые эффекты и последствия профессиональной деятельности.
ОПК-7.2. Умеет применять на практике методы и технологии ведения социально ответственной профессиональной деятельности в сфере медиакоммуникаций.	Осуществляет социально ответственную профессиональную деятельность в сфере медиакоммуникаций
ОПК-7.3. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом.	В соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом, осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов работы.

3. Содержание, объем дисциплины и формы проведения занятий

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-1.1 ОПК-3.1 ОПК-7.1	ОПК-1.2 ОПК-3.2 ОПК-7.2	ОПК-1.3 ОПК-3.3 ОПК-7.3
1	Введение. Общие сведения о медиапродукции.	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
2	Технологии создания медиапродукции	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)

№ п/п	Наименование темы дисциплины	Компетенции	Оценочные средства текущего контроля		
			ЗНАТЬ	УМЕТЬ	ВЛАДЕТЬ
			ОПК-1.1 ОПК-3.1 ОПК-7.1	ОПК-1.2 ОПК-3.2 ОПК-7.2	ОПК-1.3 ОПК-3.3 ОПК-7.3
3	Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №2 (20)
4	Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
5	Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
6	Принципы и методы планирования медиапроекта	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №3 (20)
7	Анализ рисков и ограничений медиапроекта	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
8	Технологии бюджетирования медиапроекта	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
9	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта	ОПК-1 ОПК-3 ОПК-7	Доклад, сообщение/ Реферат №1 (10)	Круглый стол, дискуссия, полемика, дебаты/Эссе №1 (20)	Задания творческого уровня №1 (20)
Количество баллов (100 баллов):			100		

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Тема 1: Введение. Общие сведения о медиапродукции. Введение. Понятие о предмете. Общие сведения. Виды медиапродукции. Этапы создания медиапродукта Практические занятия/самостоятельная работа: Введение. Понятие о предмете. Общие сведения. Виды медиапродукции. Этапы создания медиапродукта Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 2: Технологии создания медиапродукции Мультимедийные технологии. Аппаратные средства создания медиапродуктов. Программные средства создания медиапродуктов. Практические занятия/самостоятельная работа: Мультимедийные технологии. Аппаратные средства создания медиапродуктов. Программные средства создания медиапродуктов. Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 3: Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
<p>Сущностные характеристики медиапроекта. Технологические этапы проектирования медиа. Принципы отбора инструментов и технологий медиапроектирование. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании. Использование технологий бизнес проектирования в медиапроектировании</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Сущностные характеристики медиапроекта. Технологические этапы проектирования медиа. Принципы отбора инструментов и технологий медиапроектирование. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании. Использование технологий бизнес проектирования в медиапроектировании.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 4: Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований</p> <p>Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.). Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта. Исследований</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.). Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 5: Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации</p> <p>Формы и методы постановки цели и задач в медиапроектировании. Подстройка содержания проекта к целевой аудитории. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И. В. Кирия). Метод координат в определении содержания проекта и управлении им. Способы фиксации содержания медиапроекта. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Формы и методы постановки цели и задач в медиапроектировании. Подстройка содержания проекта к целевой аудитории. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И. В. Кирия). Метод координат в определении содержания проекта и управлении им. Способы фиксации содержания медиапроекта. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 6: Принципы и методы планирования медиа-проекта</p> <p>Управление сроками проекта. Разработка расписания. Фазы процесса, контрольные события. Долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли. Жизненный цикл медиапроекта как совокупность проектных фаз.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Управление сроками проекта. Разработка расписания. Фазы процесса, контрольные события. Долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли. Жизненный цикл медиапроекта как совокупность проектных фаз.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 7: Анализ рисков и ограничений медиапроекта</p> <p>Определение риска проекта. Тройное ограничение проекта. Планирование управления рисками. Процесс идентификации рисков, связанных с медиапроектом. Технологии анализа рисков и ограничений проекта. Качественные и количественные методы анализа рисков медиапроекта. Экспертная оценка, метод сценариев. Методы компенсации рисков и ограничений проекта. Выявление потенциальных конфликтов между проектами.</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p> <p>Определение риска проекта. Тройное ограничение проекта. Планирование управления рисками. Процесс идентификации рисков, связанных с медиапроектом. Технологии анализа рисков и ограничений проекта. Качественные и количественные методы анализа рисков медиапроекта. Экспертная оценка, метод сценариев. Методы компенсации рисков и ограничений проекта. Выявление потенциальных конфликтов между проектами.</p> <p>Лабораторная работа: -</p>
<p>Тема 8: Технологии бюджетирования медиапроекта</p> <p>Бюджет как ограничительный фактор медиапроектирования. Критерии оптимизации бюджета. Распределение ресурсов по операциям проекта. Управление стоимостью проекта. Прогнозная стоимость проекта. Экономическая модель медиапроекта с платным контентом. Экономическая модель медиапроекта с бесплатным контентом</p> <p>Практические занятия/самостоятельная работа:</p>

Содержание учебного материала, лабораторные работы и практические занятия, курсовая работа
Бюджет как ограничительный фактор медиапроектирования. Критерии оптимизации бюджета. Распределение ресурсов по операциям проекта. Управление стоимостью проекта. Прогнозная стоимость проекта. Экономическая модель медиапроекта с платным контентом. Экономическая модель медиапроекта с бесплатным контентом
Лабораторная работа: -
Тема 9: Моделирование продвижения и распространения медиапродукта Модели распространения бесплатного медиапродукта. Модели распространения платного медиапродукта. Модели продвижения медиапродукта. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение.
Практические занятия/самостоятельная работа: Особенности менеджмента на этапе стартапа. «Безаудиторные» пилотные версии. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию. Типы индикаторов, их выбор для оценки. Количественные индикаторы. Качественные индикаторы. Perfectness Rate. Анализ эффективности социальных медиапроектов
Лабораторная работа: -
Курсовая работа: не предусмотрено учебным планом

Очная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
Аудиторные занятия (АЗ):	36	36
Лекционные занятия (Лек)	18	18
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	18	18
Самостоятельная работа студента (СР)	65	65
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	65	65
Контроль самостоятельной работы (КСР)	7	7
Контактная работа (КоР)	43	43
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену и сдача экзамена (СР, КоР)	0	0
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	Введение. Общие сведения о медиапродукции.	3	2	2	0	8	2
2	Технологии создания медиапродукции	3	2	2	0	8	2
3	Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа	3	2	2	0	7	2
4	Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований	3	2	2	0	7	2
5	Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации	3	2	2	0	7	2
6	Принципы и методы планирования медиа-проекта	3	2	2	0	7	2
7	Анализ рисков и ограничений медиапроекта	3	2	2	0	7	2
8	Технологии бюджетирования медиапроекта	3	2	2	0	7	2
9	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта	3	2	2	0	7	2
Итого:			18	18	0	65	18

* 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 3
Аудиторные занятия (АЗ):	8	8
Лекционные занятия (Лек)	4	4
Лабораторные занятия (Лаб)	0	0
Практические занятия (Пр)	4	4
Самостоятельная работа студента (СР)	91	91
Курсовая работа	0	0
Другие виды самостоятельной работы*	91	91
Контроль самостоятельной работы (КСР)	5	5
Контактная работа (КоР)	13	13
Форма промежуточной аттестации	0	Зачет
Подготовка к экзамену/зачету и сдача экзамена/зачета (СР, КоР)	4	4
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	Введение. Общие сведения о медиапродукции.	3	2	0	0	11	2
2	Технологии создания медиапродукции	3	0	0	0	10	2
3	Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа	3	2	0	0	10	2
4	Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований	3	0	0	0	10	2
5	Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации	3	0	0	0	10	2
6	Принципы и методы планирования медиа-проекта	3	0	0	0	10	2
7	Анализ рисков и ограничений медиапроекта	3	0	2	0	10	2
8	Технологии бюджетирования медиапроекта	3	0	0	0	10	2
9	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта	3	0	2	0	10	2
Итого:			4	4	0	91	18

* 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. 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>

2. 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>

3. СОВРЕМЕННЫЙ МЕДИАТЕКСТ. ОСОБЕННОСТИ СОЗДАНИЯ И ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Дзялошинский И. М., Пильгун М. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва), 2022 г. - 345 с. - ISBN 978-5-534-11621-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/>

Дополнительная литература:

1. ТЕХНИКА И ТЕХНОЛОГИЯ СМИ. ПОДГОТОВКА ТЕКСТОВ 2-е изд., испр. и доп. Учебник и практикум для вузов / Колесниченко А. В. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2022 г. - 321 с. - ISBN 978-5-534-14550-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/tehnika-i-tehnologiya-smi-podgotovka-tekstov-490135>

2. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва), 2022 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-490571>

3. КОПИРАЙТИНГ. Учебное пособие для вузов / Трищенко Д. А., Трищенко Е. Д. - Белгородский университет кооперации, экономики и права (г. Белгород), 2022 г. - 124 с. - ISBN 978-5-534-15275-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/kopirayting-488148>

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
6. Медиалогия

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. Энциклопедия маркетинга [Электронный ресурс] : информационная справочная система. - Режим доступа: <http://www.marketing.spb.ru>. - Текст: электронный

9. Sostav: реклама, маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://www.sostav.ru>. - Текст: электронный

10. [AdIndex.ru](http://adindex.ru): реклама и маркетинг [Электронный ресурс] : информационная справочная система . - Режим доступа: <https://adindex.ru>. - Текст: электронный

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

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

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

14. 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. Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа - практических занятий – компьютерный класс, оборудованный рабочими местами для обучающихся, оснащенными специальной мебелью, персональными компьютерами с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом к электронной информационно-образовательной среде Университета; 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

3. 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 порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства), 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 порталу Университета imeos.ru, веб-камерой, микрофоном и гарнитурой (в т.ч. интегрированными в устройства). Авторизация на информационно-образовательном портале Университета imeos.ru и начало работы осуществляются с использованием персональной учетной записи (логина и пароля). Лицензионное программное обеспечение

4. 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. Введение. Понятие о предмете.
2. Общие сведения. Виды медиапродукции.
3. Этапы создания медиапродукта

Собеседование, опрос/ Контрольная работа №1

1. Формы и методы постановки цели и задач в медиапроектировании.
2. Подстройка содержания проекта к целевой аудитории.
3. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И. В. Кирия).
4. Метод координат в определении содержания проекта и управлении им.
5. Способы фиксации содержания медиапроекта.
6. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты.

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

1. Мультимедийные технологии.
2. Аппаратные средства создания медиапродуктов.
3. Программные средства создания медиапродуктов

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

1. Сущностные характеристики медиапроекта.

2. Технологические этапы проектирования медиа.
3. Принципы отбора инструментов и технологий медиапроектирование.
4. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании.
5. Использование технологий бизнес проектирования в медиапроектировании

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

1. Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании.
2. Приемы аналогии, визуализации, упрощения.
3. Разработка замысла и его проверка.
4. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании.
5. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши.
6. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т. д.).
7. Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.

Задание творческого уровня №1

Разработать идею собственного медиапроекта. Сформировать план и структуру.

9.2. Примерный перечень тем курсовой работы

Не предусмотрено учебным планом

9.3. Типовые контрольные задания для промежуточной аттестации: зачет

Примерный перечень теоретических вопросов к зачету

1. Технологические этапы проектирования.
2. Принципы отбора инструментов и технологий для медиапроекта.
3. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании.
4. Использование технологий бизнес-проектирования в медиапроектировании.
5. Модели ранжирования проектов. Их применение в медиапроектировании.
6. Метод реальных вариантов выбора (опционов) в медиапроектировании
7. Постановка цели и задач медиапроекта.
8. Принципы и методы планирования проекта.
9. Содержание проекта и способы его фиксации.
10. Технологии анализа рисков и ограничений проекта.
11. Технологии бюджетирования медиапроекта.
12. Создание структуры проекта и бизнес-процессов.
13. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
14. Четырех-стадийная модель создания проектной команды.
15. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании.
16. Технологии бюджетирования проекта.
17. Запуск пилотной версии медиапроекта.
18. Методы оценки эффективности проекта.
19. Алгоритмы моделирования печатного издания.
20. Составляющие концепции печатного издания.
21. Современные технологии проектирования телевизионных проектов.
22. Проектирование мультимедийных и мультиплатформенных проектов.
23. Технологии разработки PR-проекта.

Примерный перечень практических заданий к зачету

Задание 1. Проанализировать целевую аудиторию собственного медиапроекта.

42.03.05 Медиакоммуникации, направленность (профиль) "Управление медиакоммуникациями"

Рабочая программа дисциплины

Дисциплина: Б1.О.20 Технология создания и продвижения медиапродукта

Форма обучения: очная, заочная

Разработана для приема 2021/2022, 2022/2023 учебного года

Обновлена на 2023/2024 учебный год

Задание 2. Разработать оргструктуру медиaproекта.

Задание 3. Оценить эффективность медиaproекта (на выбор студента).

Задание 4. Подготовить презентацию собственного медиaproекта.

Задание 5. Рассчитать бюджетирование медиaproекта (по материалам преподавателя).