

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:01:45
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a650281b13ca9fd2

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС

Кафедра журналистики и медиакоммуникаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере»

(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакоммуникации»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Медиапродюсирование и медиаменеджмент

направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор–составитель:

К.п.н., доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.В.18.01_«Основы управления проектами в медиасфере» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	9
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	11
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.....	14
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	15
7.1. Основная литература.....	15
7.2. Дополнительная литература.....	15
7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	15
7.4. Нормативные документы.....	16
7.5. Интернет-ресурсы.....	16
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	16

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

1.1. Дисциплина Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта	ПК-6.1	Способен применять основные положения законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современные технические средства и технологии для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методы и инструменты эффективного менеджмента, основы экспертного анализа и методы оценки рисков, основы бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основные сведения о телекоммуникационных системах, применяемые для телевизионного и радиовещания, принципы творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм
		ПК-6.2	Способен выполнять функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними

			переговоров и заключение соглашений
--	--	--	-------------------------------------

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Результаты обучения</i>
06.009/В Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	<p>владение знаниями об основных положениях законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд,</p> <p>владение знаниями о трудовом законодательстве Российской Федерации, современных технических средствах и технологиях для создания медийных продуктов.</p> <p>умение ориентироваться в передовом отечественном и зарубежном опыте, методах и инструментах эффективного менеджмента, основах экспертного анализа и методах оценки рисков</p> <p>умеет применять основы бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм;</p> <p>владение навыками размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов</p> <p>владение методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде</p>
	ПК-6.2	<p>знание специфики определения производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта</p> <p>Умение грамотно и профессионально формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта</p> <p>Навык творческой оценки, оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств</p>

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетные единицы, 72 акад. часов, семестр - 3.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астр. часах)
Общая трудоемкость	72/54
Контактная работа с преподавателем	36/27
Лекции	12/9
Практические занятия	24/18
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	36/27
Контроль	-
Формы текущего контроля	Устный опрос, дискуссия, проектное задание
Вид промежуточного контроля	Зачет, 3 семестр

Место дисциплины.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Проектная деятельность в медиасфере», «Проектный менеджмент в медиасреде».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ganepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

Содержание и структура дисциплины

3.1. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Методология проектного управления в медиасфере.	6	1		2		3	УО
Тема 2	Медийный проект как объект управления	6	1		2		3	УО, Д*

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.					СР	Форма текущего контроля успеваемости **,
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий					
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 3	Планирование и реализация проектов в медиасфере.	6	1		2		3	УО, Д*
Тема 4	Инструменты и технологии управления проектами в медиасфере.	6	1		2		3	УО
Тема 5	Процессы управления медиапроектом	6	1		2		3	УО
Тема 6	Управление персоналом и коммуникациями в медиапроектной деятельности	6	1		2		3	УО
Тема 7	Анализ и управление рисками проекта в медиасфере	6	1		2		3	УО, Д, Пр*
Тема 8	Финансирование проектной деятельности в медиасфере.	6	1		2		3	УО, Д*
Тема 9	Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта	6	1		2		3	УО, Д, Пр*
Тема 10	Социальная эффективность продвижения медиапроекта	6	1		2		3	УО, Д*
Тема 11	Менеджмент контента медийного проекта.	6	1		2		3	УО, Д, Пр*
Тема 12	Маркетинг в структуре управления медиапроектом.	6	1		2		3	УО, Д*
Контроль		-						
Промежуточная аттестация								зачет
Всего (академ.час./астроном.час.):		72	12		24		36	

УО – устный опрос

Д – дискуссия,

Пр – проект.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Методология проектного управления в медиасфере.

Сущность и содержание понятий «проект» и «управление проектом». Содержание методов и методик проектного управления и возможности их применения в медиасфере. Последовательность этапов проектной деятельности в медиасфере. Специфика проектов в медиасфере.

Тема 2. Медийный проект как объект управления

Медийный проект – специфическая форма организации творческой деятельности в медиaprостранстве. Существенные характеристики и особенности медиапроекта. Уникальность медийного проекта. Авторские проекты как тренд современного медиaprостранства. Классификация медийных проектов, форматы и типы проектов: информационный, развлекательный, исследовательский, творческий, культурологический и др. Особенности медиапроектов в зависимости от вида СМИ: газета, журнал, информационное агентство, телевидение, радиовещание, веб-ресурс. Специфика мульти-, кросс- и трансмедийных проектов. Взаимодействие медиапроекта с современной высокотехнологичной внешней средой.

Тема 3. Планирование и реализация проектов в медиасфере

Планирование медиапроекта. План реализации медиапроекта. Процессы и процедуры планирования и реализации медиапроекта. Возможные ошибки структуризации медиапроекта.

Планирование медиапродукта и медиапроекта. Система маркетинговых коммуникаций. Этапы планирования рекламной кампании медиапроекта: анализ рыночной ситуации, маркетинговые исследования; постановка цели и определение бюджета; выбор целевой аудитории и методов воздействия на нее; позиционирование товара или услуги. Этапы проведения рекламной кампании медиапроекта: выбор рекламного агентства, проведение тендера, написание креативного брифа; разработка творческой идеи и ее тестирование; создание плана интегрированных маркетинговых коммуникаций: СМИ и тактика работы с ними. Анализ проведенной рекламной кампании медиапроекта с целью повышения эффективности дальнейшего взаимодействия.

Тема 4. Инструменты и технологии управления проектами в медиасфере

Целеполагание в проекте: определение темы, анализ проблемы, выдвижение гипотез. Основные характеристики целей медиапроекта. Метод целеполагания SMART. Метод LogFrame. Структурные элементы логической матрицы медиапроекта. Интегральные направления управленческой деятельности (подсистемы управления медиапроектом) как основа целеполагания. Аналитические методы в целеполагании медиапроекта.

Тема 5. Процессы управления медиапроектом.

Основные и вспомогательные процессы управления медиапроектами. Структурные элементы и подпроцессы в управлении медиапроектами. Научное обоснование идеи и темы проекта, приемов их актуализации. Сущность и методы планирования проекта. Организационная структура и содержание проекта. Структура разделения работ. Управление временем проекта: определение состава и взаимосвязи работ проекта. Диаграмма Ганта. Основные понятия и принципы управления стоимостью проекта.

Тема 6. Управление персоналом и коммуникациями в медиапроектной деятельности.

Команда управления проектом. Процессы управления человеческими ресурсами проектов. Планирование человеческих ресурсов медиапроекта. Набор команды медиапроекта. Развитие команды медиапроекта. Управление командой медиапроекта. Иерархические организационные структуры управления персоналом медиапроекта.

Тема 7. Анализ и управление рисками проекта в медиасфере.

Риск проекта. Событие риска. Вероятность возникновения риска. Управленческий резерв. Планирование реагирования на риски. Методы управления проектными рисками. Оценка рисков медиапроекта.

Тема 8. Финансирование проектной деятельности в медиасфере.

Процесс финансирования реализации медиапроектов. Инструменты финансирования медиапроектов. Критерии принятия решения о выборе инструментов финансирования медиапроекта. Особенности проектного финансирования в медиасфере.

Тема 9. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта

Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности. Распознаваемость. Запоминаемость. Притягательность. Агитационная сила. Рейтинг. Доля охвата аудитории. Проблемное поле коммуникационной эффективности медиапроекта и его современные возможности..

Тема 10. Социальная эффективность продвижения медиапроекта.

Социальная эффективность продвижения медиапроекта. Критерии социальной эффективности медиапроекта. Методы оценки социальной эффективности медиапроекта. Процедура оценки социальной эффективности медиапроекта.

Тема 11. Менеджмент контента медийного проекта.

Эффективный менеджмент контента медийного проекта. Дизайн медиапроекта и выбор специальных средств рационально-эмоционального воздействия на аудиторию. Управление жизненным циклом проекта. Завершение проекта.

Тема 12. Маркетинг в структуре управления медиапроектом..

Маркетинговые исследования в проектном менеджменте. Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов. Разработка маркетинговой стратегии проекта и программа маркетинга. Бюджет маркетинга проекта и его реализация.

Анализ и систематизация данных о проекте, целевой аудитории и состоянии внешней среды. Узнавание, напоминание и адресность проекта как составляющие его рекламной и PR-кампаний. Вовлечение аудитории в процесс реализации медиапроекта, наиболее эффективные формы коммуникации для установления и поддержания обратной связи. Цифровые и мобильные технологии как инструмент создания и канал продвижения медийного проекта.

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

4.1. *Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации*

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

- при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;
- при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, защита проектов, дискуссии.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

4.2. *Материалы текущего контроля успеваемости*

Типовые вопросы для устного опроса

1. Последовательность этапов проектной деятельности в медиасфере.
2. Специфика проектов в медиасфере.
3. Существенные характеристики и особенности медиапроекта.
4. Уникальность медийного проекта.
5. Авторские проекты как тренд современного медиапространства.
6. Классификация медийных проектов, форматы и типы проектов.
7. Планирование медиапроекта. План реализации медиапроекта.
8. Процессы и процедуры планирования и реализации медиапроекта. Возможные ошибки структуризации медиапроекта.
9. Целеполагание в проекте: определение темы, анализ проблемы, выдвижение гипотез. Основные характеристики целей медиапроекта.
10. Метод целеполагания SMART. Метод LogFrame.
11. Основные и вспомогательные процессы управления медиапроектами.
12. Структурные элементы и подпроцессы в управлении медиапроектами.
13. Научное обоснование идеи и темы проекта, приемов их актуализации.
14. Сущность и методы планирования проекта.
15. Команда управления проектом.
16. Процессы управления человеческими ресурсами проектов.
17. Планирование человеческих ресурсов медиапроекта. Набор команды медиапроекта.
18. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта.
19. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности.
20. Социальная эффективность продвижения медиапроекта. Критерии социальной эффективности медиапроекта.
21. Эффективный менеджмент контента медийного проекта.
22. Дизайн медиапроекта и выбор специальных средств рационально-эмоционального воздействия на аудиторию.
23. Маркетинговые исследования в проектном менеджменте.
24. Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов.
25. Разработка маркетинговой стратегии проекта и программа маркетинга.
26. Бюджет маркетинга проекта и его реализация.

Типовые вопросы для дискуссий

1. Предпосылки возникновения технологии менеджмента проектов.
2. Эволюция развития методов управления проектами.
3. Понятие и сущность проекта, управления проектом. Базовые определения управления проектами.
4. Специфические признаки проекта, отличия проекта от программы.
5. Взаимосвязь управления проектами с управлением инвестициями, а также другими отраслями менеджмента.
6. Цель, основные задачи медиапроекта и стратегии его реализации.
7. Особенности жизненного цикла медийного проекта.
8. Медийный проект – специфическая форма организации творческой деятельности в медиaprостранстве.
9. Существенные характеристики и особенности медиапроекта.
10. Уникальность медийного проекта. Авторские проекты как тренд современного медиaprостранства..
11. Взаимодействие медиапроекта с современной высокотехнологичной внешней средой.
12. Анализ и систематизация данных о проекте, целевой аудитории и состоянии внешней среды.
13. Цифровые и мобильные технологии как инструмент создания и канал продвижения медийного проекта.
14. Вовлечение аудитории в процесс реализации медиапроекта, наиболее эффективные формы коммуникации для установления и поддержания обратной связи.
15. Узнавание, напоминание и адресность проекта как составляющие его рекламной и PR-кампаний.

Типовые задания для проектирования

Задание 1. Разработать концепцию проекта и построить дерево целей в виде диаграммы.

Задание 2. Создать расчет сетевого графика медийного проекта с помощью метода PERT/SMART в виде таблицы.

Задание 3. Создать матрицу ответственности команды проекта.

Задание 4. Разработать матрицу процессов и подпроцессов медиапроекта с обозначением необходимых ресурсов.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1 Зачет проводится путем устного опрос по билетам.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 5

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-6.1: Владеет основными положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для	Студент владеет основными положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для	Студент размещает заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов,

<p>государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современными техническими средствами и технологиями для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента, основами экспертного анализа и методами оценки рисков, основами бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм</p>	<p>государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации, современными техническими средствами и технологиями для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента, основами экспертного анализа и методами оценки рисков, основами бюджетирования и медиапроизводства, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм</p>	<p>передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента</p>
<p>ПК-6.2: Выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений</p>	<p>Студент выполняет функции по определению производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта, оценке творческой, по оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств, необходимых для создания нового продукта, выявлению необходимости привлечения дополнительного финансирования (инвестиций), обоснованию целесообразности создания продукта, его идейно-художественного значения, окупаемости и прибыльности, подготовке финансовых предложений для инвесторов/спонсоров и поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений.</p>	<p>Студент определяет производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта</p>

Перечень вопросов к зачету

1. Сущность и содержание понятий «проект» и «управление проектом».
2. Содержание методов и методик проектного управления и возможности их применения в медиасфере.

3. Классификация медийных проектов, форматы и типы проектов: информационный, развлекательный, исследовательский, творческий, культурологический и др.
4. Особенности медиапроектов в зависимости от вида СМИ: газета, журнал, информационное агентство, телевидение, радиовещание, веб-ресурс.
5. Планирование медиапроекта. План реализации медиапроекта.
6. Процессы и процедуры планирования и реализации медиапроекта.
7. Возможные ошибки структуризации медиапроекта.
8. Целеполагание в проекте: определение темы, анализ проблемы, выдвижение гипотез.
9. Основные характеристики целей медиапроекта
10. Основные и вспомогательные процессы управления медиапроектами. Структурные элементы и подпроцессы в управлении медиапроектами.
11. Научное обоснование идеи и темы проекта, приемов их актуализации.
12. Сущность и методы планирования проекта.
13. Организационная структура и содержание проекта.
14. Основные этапы планирования онлайн-медиапроекта.
15. Команда управления проектом.
16. Процессы управления человеческими ресурсами проектов..
17. Методы управления проектными рисками.
18. Оценка рисков медиапроекта.
19. Процесс финансирования реализации медиапроектов.
20. Инструменты финансирования медиапроектов.
21. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта.
22. Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности..
23. Процедура оценки социальной эффективности медиапроекта.
24. Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов.
25. Эффективный менеджмент контента медийного проекта

Шкала оценивания

Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

Шкала перевода оценки из многобалльной в систему «зачтено»/ «не зачтено»:

Таблица 6

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»

Описание системы оценивания

Таблица 7

<i>Оценочные средства</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
<i>(формы текущего и промежуточног о контроля)</i>		
Устный опрос	Корректность и	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми

(по вопросам для устного опроса на семинарах)	полнота ответов	примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов Задание не выполнено – 0 баллов
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 0,25 балла, максимум 1 балл за доклад. Допускается не более одного доклада в семестр, десяти докладов в год (всего до 10 баллов)
Зачет	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

Зачет проходит в форме устного собеседования по вопросам. На подготовку к ответу дается 45 минут. Итоговая оценка по дисциплине выставляется с учетом набранных на аудиторных занятиях баллов.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Защита проектов. Студенты распределяются на творческие группы по 4 человека и самостоятельно готовят медиапроект. По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокamеры. Видеокamеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

7.1. Основная литература

1. Свитич Л.Г. Введение в специальность. Профессия журналист [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Свитич Л.Г.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2020.— 255 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8855.html>
2. Муратов, С. А. Телевизионная журналистика. Телевидение в поисках телевидения :учеб. пособие для вузов / С. А. Муратов. — 3-е изд., испр. и доп. — М. : Издательство Юрайт, 2020. — 278 с. <https://idp.nwipa.ru:2920/viewer/E17CA08D-007B-47F5-9AC2-3028428F4FE7>
3. Ким М. Н. Основы теории журналистики: Учебное пособие. Стандарт третьего поколения. Для бакалавров. — СПб.: Питер, 2019. — 288 с. <http://idp.nwipa.ru:2228/reading.php?productid=334070>
4. Цвик В.Л. Телевизионная журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 «Журналистика»/ Цвик В.Л. — Электрон. текстовые данные.— М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2020.— 495 с.— <http://www.iprbookshop.ru/34517.html>

7.2. Дополнительная литература

1. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Тертычный А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 352 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8856.html>
2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 269 с. (<https://idp.nwipa.ru:2920/book/CE7E69D8-C5A8-4C4F-869B-E367698E81D3>)

7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

Русскоязычные ресурсы

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
 - Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
 - Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
 - Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
 - Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
 - Энциклопедии, словари, справочники «Рубрикон»
 - Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций РГБ*
 - Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*
- #### *Англоязычные ресурсы*
- *EBSCO Publishing* – доступ к мультимедийным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
 - *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

7.4. Нормативно-правовые документы

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

7.5. Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

- 1) <http://www.gramota.ru>
- 2) <http://www.slovari.ru>

8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

Таблица 8

№ п/п	Наименование
1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.