

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 18.05.2026 15:05:52  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере»  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным  
планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент  
(наименование образовательной программы)

очная  
(форма обучения)

Год набора - 2026

Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

**Заведующий кафедрой:**

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 4 от «09» апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

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

Дисциплина Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций\*:

<b>ОТФ/ТФ и реквизиты ПС  (при наличии)**</b>	<b>Код компетенции  **</b>	<b>Наименование  Компетенции  **</b>	<b>Код индикатора достижения компетенций  **</b>	<b>Наименование индикатора достижения компетенций  **</b>	<b>Образовательный результат  **</b>
<p>В/01.6-04.6 Организация продвижения продукции СМИ</p> <p>Приказ Минтруда № 535н от 04.08.2014 г. 06.009 СПЕЦИАЛИСТ ПО ПРОДВИЖЕНИЮ И РАСПРОСТРАНЕНИЮ ПРОДУКЦИИ СРЕДСТВ МАССОВОЙ ИНФОРМАЦИИ зарегистрирован 04.09.2014 г. № 33973*</p>	ПК-6	Способен выполнять функции по определению производственной и ресурсной мощности, необходимой для создания продукта.	ПК-6.1.	Владеет основными положениями законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для 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 медиапроизводств	ПК-6.1. 3-1. Знает гражданское законодательство Российской Федерации
					ПК-6.1. У-2. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа

				а, драматургии, режиссуры и монтажа, основными сведения о телекоммуникационных системах, применяемых для телевизионного и радиовещания, принципами творческо-постановочного и технологического процессов подготовки и создания медиапрограмм	
				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	ПК-6.2. 3-3. Знает Корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность  ПК-6.2. У-4. Умеет Анализировать результаты продвижения продукции СМИ на основе полученных данных

				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.	
--	--	--	--	--	--

\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.

\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе

## 2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

### Объем дисциплины

Общий объем дисциплины составляет 2 зачетных единицы; 72 академических часов.

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 36 академических часов и на самостоятельную работу обучающихся – 36 академических часов. Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 4 академических часов.

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

### Место дисциплины в структуре ОП ВО

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.

Дисциплина Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» является одной из дисциплин вариативной части и изучается в 3 семестре.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональной дисциплиной «Проектный менеджмент в медиасреде».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.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.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Методология проектного управления в медиасфере.	5	1		1							3	УО		
Тема 2	Медийный проект как объект	6	1		1							4	УО		

	управления													
Тема 3	Планирование и реализация проектов в медиасфере.	6	1			1							4	УО
Тема 4	Инструменты и технологии управления проектами в медиасфере.	6	1			1							4	УО
Тема 5	Процессы управления медиапроектом	7	1			1							4	Пр
Тема 6	Управление персоналом и коммуникациями в медиапроектной деятельности	6	1			1							3	ПР
Тема 7	Анализ и управление рисками проекта в медиасфере	6	1			1							3	УО
Тема 8	Финансирование	6	1			1							3	Пр

	проектной деятельностью и в медиасфере.													
Тема 9	Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта	6	1			1							3	УО
Тема 10	Социальная эффективность продвижения медиапроекта	5	1			1							2	УО
Тема 11	Менеджмент контента медийного проекта.	5	1			1							2	УО
Тема 12	Маркетинг в структуре управления медиапроектом.	4	1			1							1	УО
Промежуточная аттестация									4					Зачет

<b>Итого</b>		72	12			20				4			36	
--------------	--	----	----	--	--	----	--	--	--	---	--	--	----	--

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос

Пр – проектное задание

## **3.2. Содержание дисциплины**

### **Тема 1. Методология проектного управления в медиасфере (ПК-5.1).**

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 (ПК-5.1.)**

Медийный проект – специфическая форма организации творческой деятельности в медиапространстве. Существенные характеристики и особенности медиапроекта. Уникальность медийного проекта. Авторские проекты как тренд современного медиапространства. 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 (ПК-5.1.)**

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 (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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

## **Тема 11. Менеджмент контента медийного проекта (ПК-5.2.)**

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 (ПК-5.2.)**

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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.18.01 «Основы управления проектами в медиасфере» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к

текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

*Устный опрос, проектное задание*

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

### Тема 1. Методология проектного управления в медиасфере

Вопросы для опроса:

*Вопрос 1.* Сущность и содержание понятий «проект» и «управление проектом».

*Вопрос 2.* Содержание методов и методик проектного управления и возможности их применения в медиасфере. Последовательность этапов проектной деятельности в медиасфере.

*Вопрос 3.* Специфика проектов в медиасфере.

## **Тема 2. Медийный проект как объект управления**

### Вопросы для опроса:

*Вопрос 1.* Медийный проект – специфическая форма организации творческой деятельности в медиaprостранстве.

*Вопрос 2.* Существенные характеристики и особенности медиапроекта.

*Вопрос 3.* Уникальность медийного проекта.

*Вопрос 4.* Авторские проекты как тренд современного медиaprостранства.

*Вопрос 5.* Классификация медийных проектов, форматы и типы проектов: информационный, развлекательный, исследовательский, творческий, культурологический и др.

*Вопрос 6.* Особенности медиапроектов в зависимости от вида СМИ: газета, журнал, информационное агентство, телевидение, радиовещание, веб-ресурс.

*Вопрос 7.* Специфика мульти-, кросс- и трансмедийных проектов.

*Вопрос 8.* Взаимодействие медиапроекта с современной высокотехнологичной внешней средой.

## **Тема 3. Планирование и реализация проектов в медиасфере**

### Вопросы для опроса:

*Вопрос 1.* Планирование медиапроекта. План реализации медиапроекта.

*Вопрос 2.* Процессы и процедуры планирования и реализации медиапроекта. Возможные ошибки структуризации медиапроекта.

*Вопрос 3.* Планирование медиапродукта и медиапроекта.

*Вопрос 4.* Система маркетинговых коммуникаций.

*Вопрос 5.* 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.

*Вопрос 6.* 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.

*Вопрос 7.* Анализ проведенной рекламной кампании медиапроекта с целью повышения эффективности дальнейшего взаимодействия.

## **Тема 4. Инструменты и технологии управления проектами в медиасфере**

### Вопросы для опроса:

*Вопрос 1.* Целеполагание в проекте: определение темы, анализ проблемы, выдвижение гипотез.

- Вопрос 2.* Основные характеристики целей медиапроекта.
- Вопрос 3.* Метод целеполагания SMART. Метод LogFrame.
- Вопрос 4.* Структурные элементы логической матрицы медиапроекта.
- Вопрос 5.* Интегральные направления управленческой деятельности (подсистемы управления медиапроектом) как основа целеполагания.
- Вопрос 6.* Аналитические методы в целеполагании медиапроекта.

### **Тема 5. Процессы управления медиапроектом.**

*Проектное задание:*

Разработать концепцию проекта и построить дерево целей в виде диаграммы.

### **Тема 6. Управление персоналом и коммуникациями в медиапроектной деятельности**

*Проектное задание:*

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

### **Тема 7. Анализ и управление рисками проекта в медиасфере**

*Вопросы для устного опроса:*

- Вопрос 1.* Риск проекта. Событие риска. Вероятность возникновения риска.
- Вопрос 2.* Управленческий резерв.
- Вопрос 3.* Планирование реагирования на риски.
- Вопрос 4.* Методы управления проектными рисками.
- Вопрос 5.* Оценка рисков медиапроекта.

### **Тема 8. Финансирование проектной деятельности в медиасфере**

*Проектное задание:*

Разработать и обосновать контент-план авторского молодежного сообщества в российской социальной сети

### **Тема 9. Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта**

*Вопросы для устного опроса:*

- Вопрос 1.* Коммуникационная эффективность продвижения медиапроекта.
- Вопрос 2.* Качественные и количественные показатели коммуникационной эффективности.
- Вопрос 3.* Распознаваемость. Запоминаемость. Притягательность. Агитационная сила. Рейтинг.
- Вопрос 4.* Доля охвата аудитории.
- Вопрос 5.* Проблемное поле коммуникационной эффективности медиапроекта и его современные возможности..

## **Тема 10. Социальная эффективность продвижения медиапроекта**

*Вопросы для устного опроса:*

*Вопрос 1.* Социальная эффективность продвижения медиапроекта.

Критерии социальной эффективности медиапроекта.

*Вопрос 2.* Методы оценки социальной эффективности медиапроекта.

*Вопрос 3.* Процедура оценки социальной эффективности медиапроекта.

## **Тема 11. Менеджмент контента медийного проекта**

*Вопросы для устного опроса:*

*Вопрос 1.* Эффективный менеджмент контента медийного проекта.

*Вопрос 2.* Дизайн медиапроекта и выбор специальных средств рационально-эмоционального воздействия на аудиторию.

*Вопрос 3.* Управление жизненным циклом проекта.

*Вопрос 4.* Завершение проекта.

## **Тема 12. Маркетинг в структуре управления медиапроектом**

*Вопросы для устного опроса:*

*Вопрос 1.* Маркетинговые исследования в проектном менеджменте.

*Вопрос 2.* Управление маркетингом в рамках менеджмента проектов.

*Вопрос 3.* Разработка маркетинговой стратегии проекта и программа маркетинга.

*Вопрос 4.* Бюджет маркетинга проекта и его реализация.

*Вопрос 5.* Анализ и систематизация данных о проекте, целевой аудитории и состоянии внешней среды.

*Вопрос 6.* Узнавание, напоминание и адресность проекта как составляющие его рекламной и PR-кампаний.

*Вопрос 7.* Вовлечение аудитории в процесс реализации медиапроекта, наиболее эффективные формы коммуникации для установления и поддержания обратной связи.

*Вопрос 8.* Цифровые и мобильные технологии как инструмент создания и канал продвижения медийного проекта.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

#### **КТ – 1.**

##### ***Тема 1, Тема 2, Тема 3***

##### *Устный опрос:*

1. Определение и признаки проекта.
2. Проектный менеджмент.
3. Медиапроекты.
4. Профессиональные ассоциации.
5. Международные системы стандартов в области управления проектами. Стандарты PMI и IPMA.
6. Водопадный (каскадный) подход в управлении проектами, гибкие методики.
7. Понятие управления сроками проекта.
8. Методы критического пути (СРМ).
9. Диаграмма Ганта
10. Понятие управления рисками в проекте.

#### **КТ – 2.**

##### ***Тема 4, Тема 5, Тема 6, Тема 7***

##### *Устный опрос:*

1. Разновидности рисков в проекте.
2. Методы определения и оценки рисков.
3. Способы реагирования на рискованные ситуации в проекте.
4. Понятие бизнес-модели проекта.

5. Способы монетизации. Выбор способа монетизации проекта.
6. Планирование медиапроектов.
7. Формирование команды медиапроекта
8. Управление конфликтами в команде медиапроекта.
9. Методы мотивации команды медиапроекта.
10. Риски медиапроектирования.
11. Алгоритм идентификации рисков медиапроекта.

### КТ – 3.

#### ***Тема 8, Тема 9, Тема 10, Тема 11, Тема 12***

##### *Проектное задание*

Разработать матрицу процессов и подпроцессов медиапроекта с обозначением необходимых ресурсов.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

##### *1. Критерии оценивания устного ответа:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех содержательных элементов вопроса с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
<b>Итого максимально:</b>	<b>100</b>	

##### *2. Критерии оценивания проектного задания:*

Критерии оценки	Диапазон	Описание критерия
-----------------	----------	-------------------

	баллов	
<i>Актуальность</i>	0-20	<i>Детальное, последовательное описание актуальности проекта с учетом специфики тематики проекта, востребованности в обществе, социальной и информационной значимости, раскрыта уникальность и практико-применимость</i>
<i>Обоснование</i>	0-20	<i>Детальное подробное обоснование проекта с точки зрения значимости планируемых результатов</i>
<i>Календарный график</i>	0-20	<i>Четкий, логичный график выполнения этапов проекта с обозначением конкретных дат и объемов выполняемых работ на каждом этапе; обозначение ответственных с ролями и функционалом</i>
<i>Обоснование результативности</i>	0-20	<i>Чёткая последовательность изложения представленных обоснований по каждому заявленному результату, логические связи между заявленными результатами, аргументы подтверждают выводы</i>
<b>Итого максимально:</b>	<b>60</b>	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

*Дополнительных материалов и оборудования не требуется.*

## **6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме *зачет*.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

### *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

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

### Тема 1- Тема 3. (ПК-5.1).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа Проект – это 1.инженерная, техническая, организационно-правовая документация по реализации запланированного мероприятия 2.ограниченное по времени, целенаправленное изменение отдельной системы с установленными требованиями к качеству

		<p>результатов, с ограничениями расходования средств и со специфической организацией</p> <p>3. группа элементов (включающих как людей, так и технические элементы), организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей</p> <p>А. 4. совокупность работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено с целью достижения поставленной цели</p>								
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	<p>Выберите один вариант ответа</p> <p>Предметная область проекта</p> <p>1. совокупность проектных работ, продуктов и услуг, производство которых должно быть обеспечено в рамках осуществляемого проекта</p> <p>2. результаты проекта</p> <p>3. местоположение проектного офиса</p> <p>А. 4. группа элементов (включающих как людей, так и технические элементы), организованных таким образом, что они в состоянии действовать как единое целое в целях достижения поставленных перед ними целей</p>								
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите нормативный/законодательный акт и его значение	<p>Установите соответствие компоненты Microsoft EPM и характерной функции, в ней реализованной</p> <table border="1"> <tr> <td>1. MS Outlook</td> <td><i>А. Персональное планирование работ по набору проектов</i></td> </tr> <tr> <td>2. MS Office Project Professional</td> <td><i>Б. Календарное, ресурсное и стоимостное планирование проекта</i></td> </tr> <tr> <td>3. MS Project Web Site</td> <td><i>В. Подготовка сводной отчетности по набору проектов</i></td> </tr> <tr> <td>4. MS Project Web Access</td> <td><i>Г. Работа с версиями проектных документов</i></td> </tr> </table>	1. MS Outlook	<i>А. Персональное планирование работ по набору проектов</i>	2. MS Office Project Professional	<i>Б. Календарное, ресурсное и стоимостное планирование проекта</i>	3. MS Project Web Site	<i>В. Подготовка сводной отчетности по набору проектов</i>	4. MS Project Web Access	<i>Г. Работа с версиями проектных документов</i>
1. MS Outlook	<i>А. Персональное планирование работ по набору проектов</i>									
2. MS Office Project Professional	<i>Б. Календарное, ресурсное и стоимостное планирование проекта</i>									
3. MS Project Web Site	<i>В. Подготовка сводной отчетности по набору проектов</i>									
4. MS Project Web Access	<i>Г. Работа с версиями проектных документов</i>									
Закрытое (на сопоставление)	Соотнесите понятие и их характеристики	<p>Приведите в соответствие сочетание степени заинтересованности и возможности влияния на проект заинтересованных лиц и рекомендуемый стиль работы с требованиями лиц каждой категории</p> <table border="1"> <tr> <td>1. Сильное влияние, но низкий интерес к продукту проекта</td> <td><i>А. Следить за состоянием и действиями, но не инвестировать в них много времени</i></td> </tr> <tr> <td>2. Слабое влияние да и интерес к продукту проекта низкий</td> <td><i>Б. Постоянно удовлетворять их интересы, пытаться понять их ожидания</i></td> </tr> <tr> <td>3. Сильны как влияние, так и интерес к продукту проекта</td> <td><i>В. Поддерживать достаточный уровень информированности и о результатах проекта</i></td> </tr> <tr> <td>4. Высокая заинтересованность</td> <td><i>Г. Оказывать управляющее</i></td> </tr> </table>	1. Сильное влияние, но низкий интерес к продукту проекта	<i>А. Следить за состоянием и действиями, но не инвестировать в них много времени</i>	2. Слабое влияние да и интерес к продукту проекта низкий	<i>Б. Постоянно удовлетворять их интересы, пытаться понять их ожидания</i>	3. Сильны как влияние, так и интерес к продукту проекта	<i>В. Поддерживать достаточный уровень информированности и о результатах проекта</i>	4. Высокая заинтересованность	<i>Г. Оказывать управляющее</i>
1. Сильное влияние, но низкий интерес к продукту проекта	<i>А. Следить за состоянием и действиями, но не инвестировать в них много времени</i>									
2. Слабое влияние да и интерес к продукту проекта низкий	<i>Б. Постоянно удовлетворять их интересы, пытаться понять их ожидания</i>									
3. Сильны как влияние, так и интерес к продукту проекта	<i>В. Поддерживать достаточный уровень информированности и о результатах проекта</i>									
4. Высокая заинтересованность	<i>Г. Оказывать управляющее</i>									

		ь в результате проекта, но низкое влияние	<i>воздействие, всячески вовлекать в проект</i>
--	--	---	---

### Тема 4 - Тема 12. (ПК-5.2.).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между термином и датой его официального введения	Соотнесите наименование и описание: А. Метод Уолкера-Келли : Б. <i>иерархия</i> 1 расположение частей целого в порядке от высшего к низшему; 2 <i>метод критического пути (СРМ)</i> .
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между утверждением и верным ответом	Найдите соответствие определений и этапов очка: 1) Крюинг 2) Медиа-продакшн 3) Продвижение А. процесс создания медиа-контента, такого как видео, аудио, графический материал, анимация и другие медиа-продукты Б. комплекс маркетинговых мер, направленных на увеличение спроса и, как следствие, на увеличение продаж В. Найм временных сотрудников для конкретного проекта
Открытое дополнение) (на	Дополните утверждение	Дополните утверждение ... — <u>динамическая модель производственного процесса</u> , отражающая технологическую зависимость и последовательность выполнения комплекса работ, связывающая их свершение во времени с учётом затрат ресурсов и стоимости работ с выделением при этом <u>узких (критических) мест</u> .
Открытое дополнение) (на	Дополните утверждение	Дополните утверждение _____ — это последовательность действий для создания и донесения до целевой аудитории уникального медиапродукта, который нацелен на достижение результатов или изменений..
Открытое развернутым ответом) (с	Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой управление проектами
Открытое развернутым ответом) (с	Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой трансмедийный проект

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

*Критерии и балльная шкала определяются преподавателем*

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на</i>	40

<i>дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и решении практических заданий.</i>	20-29
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

*Дополнительных материалов и оборудования не требуется.*

## **7. Методические материалы 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.

Проектное задание. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят доклад по одной из тем по истории русской семиотики (темы проектов в разделе 4.2). По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях № 3-4. 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 видеочамеры. Видеочамеру 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.

## 8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

### 8.1. Основная литература

1. Управление проектами : Учебник для вузов / В. Н. Островская, Г. В. Воронцова, О. Н. Момотова [и др.]. — 4-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2022. — 400 с. — ISBN 978-5-8114-9172-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/187775> (дата обращения: 06.06.2025).

2. Царенко, А. С. Управление проектами / А. С. Царенко. — 2-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 236 с. — ISBN 978-5-507-46449-4. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/310193> (дата обращения: 06.06.2025)

3. Щеголева, Н. Б. Управление проектами : учебное пособие / Н. Б. Щеголева. — Москва : МГИМО, 2020. — 268 с. — ISBN 978-5-9228-2173-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/294527> (дата обращения: 06.06.2025).

### 8.2. 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>)

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

### 8.4 Интернет-ресурсы

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

## 9. 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).

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.