

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:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca94d2

**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 медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС
Хлутков А.Д.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.18.02 «Общественный проект «Обучение служением»

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

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакommunikации»

(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, 2024 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.18.02_ «Общественный проект «Обучение служением» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 28 июня 2024 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.....	13
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	14
7.1.Основная литература.....	14
7.2.Дополнительная литература.....	15
7.3.Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	15
7.4.Нормативные правовые документы.....	15
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.18.02 «Общественный проект «Обучение служением» 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>
УК-3	Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	УК-3.1	Способен продемонстрировать знание основ и методов социального взаимодействия
		УК-3.2	Способен применять в профессиональной деятельности основы и методы социального взаимодействия; реализовывает свою роль в команде
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

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код компонента освоения компетенции	Результаты обучения
	УК -3.1 УК-3.2	Необходимые знания: • Основы проведения социологических исследований; • Принципы и методы взаимодействия с социально ориентированными некоммерческими организациями. Необходимые умения и навыки: • прогнозировать (оценивать) успешность будущего продукта; • находить информацию, выявлять и использовать различные источники информации; • планировать освещение значимых событий; • выявлять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; • отбирать организации для проведения социологического опроса; • определять целевую аудиторию нового продукта; • анализировать социально значимые процессы и явления; использовать современные информационно-коммуникационные технологии для обработки информации.
06.009/В Организация продвижения продукции СМИ	ПК-6.1	владение знаниями по основным положениям законодательства Российской Федерации в области размещения заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд, трудового законодательства Российской Федерации
		умение ориентироваться в современных технических средствах и технологиях для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт
	ПК-6.2	владение навыками создания медиапродукта, формирования оптимального плана подготовки и реализации продукта, разработки производственного графика создания продукта, творческой оценки, оптимизации расходов создания и реализации нового продукта и возможных рисков при создании продукта, расчету финансовых средств
		знание специфики производственной мощности, необходимой для создания медиапродукта, формированию оптимального плана подготовки и реализации продукта Умение грамотно формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта Навык разработки производственного графика создания продукта

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.18.2 «Общественный проект «Обучение служением» относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

Дисциплина может реализовываться 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. часа, семестр - 4.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астр. часах)
Общая трудоемкость	72/54
Контактная работа с преподавателем	64/48
Лекции	16/12
Практические занятия	48/36
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	8/6
Контроль	
Формы текущего контроля	Устный опрос, дискуссия, проектное задание
Вид промежуточного контроля	Зачет, 4 семестр Курсовой проект – 4 семестр

Место дисциплины.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Проектный менеджмент в медиасреде», «Технологии создания он-лайн-медиапроектов».

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. Учебно-тематический план

Таблица 4

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Введение в социальное проектирование.	11	2		8		1	УО
Тема 2	Анализ ситуации и постановка проблемы.	11	2		8		1	УО, Д*
Тема 3	Выработка гипотезы проектного решения и её проверка.	11	2		8		1	УО, Д*
Тема 4	Разработка и защита паспорта проекта.	12	2		8		2	УО
Тема 5	Реализация общественного проекта	14	4		8		2	УО
Тема 6	Подведение итогов и рефлексия деятельности	13	4		8		1	УО
Контроль		-				*		Пр*
Промежуточная аттестация								зачет
Всего (академ.час./астроном.час.):		72	16		48		8	

УО – устный опрос

Д – дискуссия,

Пр* – проект.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в социальное проектирование.

Теоретическая подготовка. Проектная деятельность в медиасфере. Понятие и основные характеристики проектной деятельности. Основные классификации проектов. Общие требования к содержанию проекта. Программа проекта как результат планирования проектной деятельности. Основные разделы программы проекта. Этапы проекта. Карта действий по реализации проекта. Форма отчетности. Методические рекомендации по выполнению проекта.

Практико-ориентированная подготовка:

Социально ориентированные НКО и специфика взаимодействия с ними. Значение социально ориентированных некоммерческих организаций (НКО) в решении социальных проблем и улучшении благосостояния общества, достижения социальных целей и улучшения качества жизни различных групп людей. Особенности социально ориентированных НКО: миссия и цели, безвозмездность, зависимость от донорской поддержки, волонтерство и гражданская активность, сотрудничество и партнерство НКО, использование инноваций и технологий.

Социальный проект и особенности социально ориентированного проектирования.

Социально ориентированный проект имеет свои особенности, которые отличают его от других типов проектов: решение социальных проблем или улучшение благосостояния определенной группы людей, сообщества или общества в целом; учёт интересов и потребностей различных стейкхолдеров и заинтересованных сторон; сотрудничество с другими НКО, государственными учреждениями, бизнес-сектором и проч.; измерение и оценка социального воздействия; гибкость и адаптивность; коммуникация и информирование общественности.

Выявление актуальных социальных проблем и разработка социального проекта – важный процесс, который включает несколько ключевых шагов: исследование социального окружения, определение целей и задач, выявление заинтересованных сторон, разработка стратегии и плана действий, привлечение ресурсов, разработка системы оценки и мониторинга.

Ресурсное обеспечение социального проекта включает следующие виды ресурсов: финансовые ресурсы – гранты, спонсорство, пожертвования; человеческие ресурсы – команда проекта, волонтеры, партнеры; материальные ресурсы – оборудование, расходные материалы и инфраструктура; информационные ресурсы – Интернет, соцсети, образовательные организации.

Планирование социального проекта: методы реализации, инструменты проектной деятельности и ожидаемые результаты. Методы реализации: участие заинтересованных сторон, командная работа, обмен знаниями и опытом. Инструменты проектной деятельности: проектный цикл, план проекта и графики работ, матрица ответственности, мониторинг и оценка. Ожидаемые результаты: решение или улучшение конкретной социальной проблемы или потребности в сообществе; улучшение качества жизни или благосостояния целевой аудитории; развитие компетенций участников проекта, изменение отношения в обществе к социальным проблемам и запросам.

Тема 2. Анализ ситуации и постановка проблемы.

Теоретическая подготовка. Методология системного анализа. Структуризация проекта. Систему для решения проблемы. Определение общей цели и критериев системы. Декомпозиция целей системы. Процессы и ресурсы системы. Риски проекта.

Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный). Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты). Виды проектов (инвестиционный, инновационный, научно-исследовательский, учебно-образовательный, смешанный)

Определение степени значимости темы проекта. Требования к формулировке темы. Понятие проблемы. Актуальность и практическая значимость исследования. Планирование: подбор необходимых материалов, определение способов сбора и анализа информации. Определение цели и задач. Типичные способы определения цели. Эффективность целеполагания. Понятие «Гипотеза». Процесс построения гипотезы. Формулирование гипотезы. Доказательство и опровержение. Основной этап работы над проектом. Организация работы над проектом. Заключительный этап работы над проектом. Подведение итогов работы.

Практико-ориентированная подготовка:

Изучение контекста. На этом этапе обучающиеся должны понять и оценить широкий контекст, в котором существует проблема, с которой они будут работать. Этот этап подразумевает изучение социальных, экономических, политических, экологических и других аспектов. Обучающиеся могут проводить исследование источников информации, а также посещать территории или организации, связанные с проблемой.

Идентификация проблемы. На основе изучения контекста обучающиеся определяют главную проблему, с которой они будут работать в рамках своего проекта. Проблема должна быть ясно сформулирована и связана с интересами или потребностями местного сообщества или определенной группы людей. Это поможет студентам сосредоточить своё исследование и действия на решении конкретной проблемы.

Сбор данных и анализ. Обучающиеся собирают необходимые данные, чтобы лучше понять проблему. Они могут использовать разнообразные методы исследования, такие как опросы, интервью, наблюдения или анализ статистических данных. Анализ данных поможет студентам получить более глубокое понимание проблемы, выявить её причины, идентифицировать основные заинтересованные стороны и потенциальные решения.

Взаимодействие с заинтересованными сторонами. Обучающиеся проводят беседы и взаимодействуют с заинтересованными сторонами, такими как представители сообществ, организаций или групп, на которые влияет проблема. Это помогает им получить разные точки зрения, понять потребности и предпочтения заинтересованных сторон.

Уточнение проблемы. После анализа и первичного исследования обучающиеся формулируют ключевой вопрос, который будет их направлять в ходе проекта. Итоговая формулировка проблемы должна быть ясной, конкретной и связанной с конкретными субъектами. Это помогает студентам сфокусировать внимание и ориентироваться на поиск решения в ходе своей работы.

Тема 3. Выработка гипотезы проектного решения и её проверка.

Теоретическая подготовка. Управление сроками проекта. Разработка расписания. Фазы процесса, контрольные события. Долгосрочное, оперативное и программно-целевое планирование в медиаотрасли. Жизненный цикл медиапроекта как совокупность проектных фаз.

Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта. Определение взаимосвязи операций. Проектирование взаимодействия подразделений. Ньюсрум. Инструменты удаленного взаимодействия. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей. Четырех-стадийная модель создания проектной команды. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепцию, как часть организационной модели медиапроекта.

Модели распространения бесплатного медиапродукта. Модели распространения платного медиапродукта. Модели продвижения медиапродукта. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение

Практико-ориентированная подготовка:

Создание гипотезы. На основе исследования и анализа данных обучающиеся формулируют гипотезу о том, какое решение может быть наиболее подходящим для решения проблемы. Гипотеза должна быть конкретной, измеримой и проверяемой. Она должна включать описание предлагаемого решения и предсказание о том, как это решение может повлиять на проблему.

Планирование эксперимента. Здесь обучающиеся разрабатывают план эксперимента, который поможет проверить их гипотезу на практике. Они определяют, какие шаги, ресурсы и меры понадобятся для реализации плана и получения данных, которые помогут оценить эффективность предполагаемого решения.

Реализация и оценка. Приступая к реализации плана эксперимента и тестированию гипотезы на практике, обучающиеся собирают данные, оценивают результаты и проводят анализ эффективности предложенного решения, сравнивают полученные результаты с гипотезами и оценивают, насколько успешным оказалось решение.

Анализ и заключение. Обучающиеся анализируют полученные результаты и делают выводы относительно гипотезы и эффективности предложенного решения, анализируют сильные и слабые стороны подхода и обсуждают дальнейшие шаги. При необходимости уточняют гипотезу или возвращаются к этапу её разработки.

Тема 4. Разработка и защита паспорта проекта

Теоретическая подготовка. 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. Теории создания концепций и моделирования периодических изданий (Дзялошинский, Иваницкий и др.). Составляющие концепции, алгоритм формализации и поддержки концепции. Создание книжных проектов. Этапы разработки телевизионного проекта. Учет жанровой конвенции при создании телевизионных проектов. Пилотный телевизионный проект и методы его оценки. Фокус-группа. Роль рейтингов. Продвижение телевизионного проекта. Содержательная модель мультимедийного проекта. Технологические аспекты проектирования мультимедийных и 6 мультиплатформенных проектов. Модель взаимодействия с пользователями мультимедийного СМИ.

Практико-ориентированная подготовка:

Определение общих целей. Обучающиеся определяют цели проекта и направления, в которых планируют достичь перемен. Цели проекта должны быть описаны конкретно, ясно, с обоснованием их важности и ценности.

Выработка описания проекта. Обучающиеся разрабатывают детальное описание проекта, которое содержит информацию о его сущности, предполагаемых работах и результатах. Здесь должно быть указано, что планируется сделать, как это будет осуществлено и какие ресурсы и инструменты будут использованы.

Определение задач и плана работы. Обучающиеся определяют необходимые задачи, которые требуется выполнить в рамках проекта; разрабатывают план работ, который включает этапы, сроки, ответственных лиц, ресурсы и ожидаемые результаты.

Оценка необходимых ресурсов. Обучающиеся определяют ресурсы, необходимые для реализации проекта, включая человеческие ресурсы, финансовые средства, оборудование, материалы и др.

Защита паспорта проекта. Паспорт проекта требуется защитить с помощью презентации его представителям партнёрской организации, сообщества, заинтересованного в реализации проекта, наставнику проекта и другим заинтересованным сторонам. На защите требуется описать основные аспекты проекта, продемонстрировать содержательную согласованность документа, рассказать о значимости проекта, его потенциальных результатах и о том, как планируется достичь поставленных целей.

Тема 5. Реализация общественного проекта.

Теоретическая подготовка. Определение характеристик аудитории: социально-демографических, ментальных. Изучение потребностей целевой аудитории. Методы исследования целевой аудитории. Методы анализа целевой аудитории. Анализ аудитории методом персонажей. Метод 5W для адресной работы с целевой аудиторией. Метод анализа целевой аудитории «от обратного». Метод определения целевой аудитории «от продукта». Метод определения целевой аудитории «от рынка». Инструменты для поиска целевой аудитории.

Практико-ориентированная подготовка:

Прототипирование. На этапе прототипирования команда создаёт прототип или модель

продукта или решения. Прототип может быть физическим, виртуальным или концептуальным, он служит для тестирования функциональности, оценки эргономики и сбора обратной связи. Усовершенствование прототипа происходит на основе полученных результатов, и он служит основой для создания финального продукта.

Разработка и реализация. На этой стадии команда приступает к разработке и реализации решения или продукта. Разработка может включать программирование, дизайн, создание материалов или любые другие действия, необходимые для создания конечного продукта. Команда выполняет свои задачи, собирает данные и обеспечивает координацию для качественной реализации решения.

Тестирование и улучшение. Созданный продукт или решение подвергаются тестированию. Это позволяет команде проверить функциональность, эффективность и соответствие гипотезе, которая была выдвинута на предыдущих этапах. Обнаруженные недочёты или проблемы решаются, а продукт или решение улучшаются в соответствии с полученной обратной связью.

Оценка. После завершения разработки команда оценивает полученный результат и сравнивает его с изначальными целями проекта. Обосновывается эффективность и значимость продукта или решения, а также фиксируется вся необходимая документация для последующего использования.

Команда также должна оценить эффективность продукта или решения на основе обратной связи от заинтересованных сторон. Участники проекта исправляют ошибки, если они есть, и вносят улучшения, чтобы максимизировать пользу и эффективность продукта или решения.

Тема 6. Подведение итогов и рефлексия деятельности.

Теоретическая подготовка. Методы и технология реализация медиапроектов. VR, AR, видео 360, видео 3D – анализ практики комбинации технологий, примеры использования, перспективы применения в медиасфере. Интерактивное вещание. Мобильные приложения. Мультимедийные проекты как высоко-технологичный способ продвижения. Фандрайзинг, Product Placement и другие формы финансирования аудиовизуального продукта. Особенности реализации медиапроектов в государственном и коммерческом секторе.

Практико-ориентированная подготовка:

Анализ выполненных целей. Обучающиеся должны оценить, насколько успешно достигнуты поставленные цели проекта; рассмотреть, какие результаты были достигнуты и соотнести их с начальными целями.

Оценка достигнутых результатов. Обучающиеся должны проанализировать достигнутые результаты и определить их значимость для целевой аудитории; разобраться в основных изменениях или преимуществах, которые проект принёс сообществу.

Рефлексия и уроки, извлечённые из проекта. Обучающиеся должны проанализировать проект и свой опыт в рамках обучения служением; рассмотреть, что обучающиеся узнали о себе, своих навыках, проблемах, с которыми столкнулись, и какие уроки они извлекли из выполненной работы.

Оценка собственного вклада. Обучающиеся должны оценить свой собственный вклад в проект и взаимодействие с командой и целевой аудиторией; рассмотреть, какие навыки или качества они развили, на какие проблемы обратили внимание, и как работа сказалась на результатах проекта.

Обратная связь и рекомендации. Обучающиеся должны подготовить рекомендации для будущих участников проекта, основанные на полученном опыте, обсудить, что можно улучшить, какие советы можно дать для достижения лучших результатов в будущем. После подведения итогов необходимо составить отчёт по проекту.

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.18.2 «Общественный проект «Обучение служением» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

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

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. Понятие и основные характеристики проектной деятельности.
2. Основные классификации проектов.
3. Основные разделы программы проекта. Этапы проекта.
4. Карта действий по реализации проекта. Форма отчетности.
5. Структуризация проекта. систему для решения проблемы.
6. Определение общей цели и критериев системы. Декомпозиция целей системы.
7. Типы проектов по сферам деятельности (технический, организационный, экономический, социальный, смешанный).
8. Классы проектов (монопроекты, мультипроекты, мегапроекты).
9. Понятие проблемы. Актуальность и практическая значимость исследования.
10. Планирование: подбор необходимых материалов, определение способов сбора и анализа информации. Определение цели и задач.
11. Типичные способы определения цели. Эффективность целеполагания. Понятие «Гипотеза».
12. Управление сроками проекта. Разработка расписания.
13. Фазы процесса, контрольные события.
14. Создание организационной модели проекта.
15. Типовые организационные схемы проекта.
16. Определение взаимосвязи операций. Проектирование взаимодействия подразделений.
17. Ньюсрум.
18. Модели распространения платного медиапродукта.
19. Модели продвижения медиапродукта.
20. Теории создания концепций и моделирования периодических изданий (Дзялошинский, Иваницкий и др.).
21. Составляющие концепции, алгоритм формализации и поддержки концепции. Создание книжных проектов.
22. Этапы разработки телевизионного проекта.
23. Теории создания концепций и моделирования периодических изданий (Дзялошинский, Иваницкий и др.).
24. Составляющие концепции, алгоритм формализации и поддержки концепции.
25. Создание книжных проектов.
26. Этапы разработки телевизионного проекта. Учет жанровой конвенции при создании телевизионных проектов.
27. Определение характеристик аудитории: социально-демографических, ментальных.
28. Изучение потребностей целевой аудитории.
29. Методы исследования целевой аудитории.
30. Методы анализа целевой аудитории. Анализ аудитории методом персонажей.
31. Метод 5W для адресной работы с целевой аудиторией.
32. Методы и технология реализации медиапроектов.
33. VR, AR, видео 360, видео 3D – анализ практики комбинации технологий, примеры использования, перспективы применения в медиасфере.
34. Интерактивное вещание.

Типовые вопросы для дискуссий

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. Проектирование мультимедийных и мультиплатформенных проектов..

Типовые задания для проектирования

Задание 1. Разработать карту целей и задач авторского медиапроекта.

Задание 2. Разработать годовой план реализации авторского медиапроекта.

Задание 3. Разработка и презентация содержательной модели авторского медиапроекта: рубрикатор, программа, содержание (в зависимости от вида проекта), гид по стилю, анализ возможных рисков и ограничений, бюджета, описание бизнес-процессов, проект штатного расписания.

Задание 4. Опираясь на результаты выполнения предыдущих заданий, подготовьте пилотную версию авторского медиапроекта.

Защита паспорта проекта позволяет команде проекта представить свое видение и план действий, получить обратную связь и рекомендации. Защита паспорта проекта также обеспечивает понимание и поддержку со стороны заинтересованных сторон и помогает обеспечить успешное выполнение проекта.

Защищённый проект рекомендуется размещать на платформе ДОБРО.РФ:

1. На сайте выбрать кейс и связаться с партнёрской организацией.
2. На платформе завести проект по решению кейса, для чего необходимо:
 - завести аккаунт образовательной организации, если его ещё нет на ДОБРО.РФ, став организатором (dobro.ru/kb/category/16);
 - создать проект от имени образовательной организации, проект по решению кейса (dobro.ru/kb/article/41);
 - создать мероприятие («Доброе дело»), чтобы зарегистрировать студентов, которые войдут в команду проекта (dobro.ru/kb/article/25);
 - связать мероприятие с проектом (dobro.ru/kb/article/79);
 - разослать студентам ссылку на регистрацию на мероприятие «Доброе дело» и одобрить заявки тех, кто попадёт в команду, и после проставить им часы (dobro.ru/kb/article/11).

Также рекомендуется посмотреть отдельный записанный вебинар по работе с платформой – dobro.ru/kb/article/139

Задание 5. Опираясь на пилотную версию проведите реализацию проекта.

Задание 6. Подготовьте отчет по реализации проекта.

Ключевые элементы отчёта могут включать:

Введение. Вводная часть, в которой резюмируются цели проекта и его контекст.

Описание проекта. Подробное описание проекта, включая его цели, задачи, методы работы и изменения, произведенные в ходе реализации.

Результаты и достижения. Отчёт о достигнутых результатах, связанных с поставленными целями проекта. Сюда необходимо включить конкретные численные и качественные данные, примеры или иллюстрации, чтобы визуально продемонстрировать результаты.

Анализ и оценка. Рефлексия над выполненной работой, оценка значимости проекта и его

результатов, анализ успешных стратегий и проблемных ситуаций.

Уроки и рекомендации. Извлечение уроков из проекта и рекомендации для возможных будущих участников. Обсуждение того, что можно улучшить и какие рекомендации дать для успешной реализации подобных проектов.

Заключение. Заключительные мысли и благодарности участникам и организациям, вовлечённым в проект.

Составление отчёта поможет обучающимся усвоить и оценить свою работу, а также поделиться результатами и опытом с другими. Отчет также может стать ориентиром и руководством для будущих участников проектов обучения служением.

Типовая тематика для проектирования

1. «Мы – активное поколение».
2. «Человек красит место».
3. «Перемен требуют наши сердца».
4. «Буккросинг – «Шкаф-читальня».
5. «Территория интеллекта».
6. «Рука помощи».

5.Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1 Зачет проводится с применением метода устного опроса.

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

5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

Таблица 5(2)

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
УК-3.1: Знает основы и методы социального взаимодействия	Студент самостоятельно организовывать сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции/проекта, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции/проекта; находить и отбирать организации для проведения социологического опроса; определять целевую аудиторию нового продукта/проекта	Студент адекватно осуществляет планирование и сбор информации об узнаваемости продвигаемой продукции/проекта, удовлетворенности потребителей, мнении потребителей о характеристиках продвигаемой продукции/проекта. Оптимально производит отбор организаций для проведения социологического опроса, определяет целевую аудиторию.
УК-3.2: Применяет в профессиональной деятельности основы и методы социального взаимодействия; реализует свою роль в команде	Студент способен организовывать и проводить рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга; снижать негативные реакции, поддерживать дружелюбную тональность в комментариях к официальным сообщениям организации; управлять несколькими сообществами в социальных сетях; способен обосновывать адекватность распределения ролей в рамках выполнения командной задачи и собственную ролевую позицию	Студент эффективно организует и проводит рекламную кампанию совместно с подразделением маркетинга, эффективно управляет несколькими сообществами в социальных сетях.

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 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	Студент способен размещать заказы на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента	Студент эффективно осуществляет размещение заказов на поставки товаров, выполнения работ, оказания услуг для государственных и муниципальных нужд для создания медийных продуктов, передовой отечественный и зарубежный опыт, методами и инструментами эффективного менеджмента
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	Студент способен определять производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формировать оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта	Студент самостоятельно определяет производственную мощность, необходимую для создания медиапродукта, формирует оптимальный план подготовки и реализации продукта, разработке производственного графика создания продукта

поиску инвесторов/спонсоров, проведение с ними переговоров и заключение соглашений		
--	--	--

Примерная тематика курсовых проектов

1. Проектирование социальной поддержки женщин в сфере занятости.
2. Проектирование социальной работы с детьми.
3. Современные информационные технологии в социальной работе.
4. Социокультурное проектирование в России
5. Социальное проектирование в сфере семейной политики.
6. Социальное проектирование в России в «прошлом и современности»
7. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения социально-значимых объектов комфортной среды и оптимальных условий для культурного, интеллектуального развития подрастающего поколения.
8. Социальное проектирование в сфере городской среды.
9. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения социально-значимых объектов по формированию и продвижению фолиантов русской литературы, культуры, искусства
10. Социальное проектирование в сфере благоустройства и общественной инициативности.
11. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения системы медиаобразования/ медиакоммуникций «общественность – власть/органы управления»
12. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения создание и продвижение социально-значимых объектов в области социализации и поддержки людей из «рисковых категорий» населения.
13. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения объектов эстетики и визуальной культуры.
14. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения реставрации и благоустройства исторических и социально значимых пространств/зданий.
15. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения социально-значимых городских арт-объектов.
16. Социальное проектирование и социальные инновации.
17. Социальное проектирование и управление общественным развитием.
18. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения программ общественной инициативности в области повышения патриотизма.
19. Социальное проектирование в сфере создания и продвижения программ повышения положительного восприятия «русского культурного кода».
20. «Образ жизни» как объект социального проектирования

Перечень 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. Технологии бюджетирования проекта.
16. Запуск пилотной версии медиапроекта.
17. Модели распространения бесплатного медиапродукта.
18. Модели распространения платного медиапродукта.
19. Модели продвижения медиапродукта.
20. Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта.
21. Инструменты удаленного взаимодействия.
22. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей.
23. Четырех-стадийная модель создания проектной команды.
24. Управление стоимостью проекта. Прогнозная стоимость проекта.
25. Экономическая модель медиапроекта с платным и бесплатным контентом.

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> (формы текущего и промежуточного контроля)	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Устный опрос (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми 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 мдеипроект. 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 видеокамеры. Видеокамеру 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. Обучение служением: Методическое пособие / Под редакцией О.В. Решетникова, С.В. Тетерского. - М.: АВИЦ, 2020 - 216 с.

2. Гаеде Сепулведа М.А. Обучение служением через проектно-прикладную деятельность. Методические рекомендации для университетов / АНО «Агентство социальных инвестиций и инноваций», отв. ред. М.Ю. Славгородская. - М.: Грифон, 2022 г. - 90 с.

7.2. Дополнительная литература

1. Организация добровольческой (волонтерской) деятельности и взаимодействие с социально ориентированными НКО: учебник / А.П. Метелев, Ю.С. Белановский, Н.И. Горлова и др.; отв. ред. И. В. Мерсиянова; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». - М.: НИУ ВШЭ, 2022. - 456 с.

2. Проектное обучение: практики внедрения в университетах / Под ред. Л.А. Евстратовой, Н.В. Исаевой, О.В. Лешукова. - М., 2018. <https://publications.hse.ru/pubs/share/direct/376211321.pdf>

3. Проектное обучение по образовательной программе «Организация работы с молодежью»: учебное пособие / М. А. Бедулева, Л. Н. Боронина, Е. В. Зверева [и др.] ; под общ. редакцией З. В. Сенук ; М-во науки и высш. образования РФ - Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. - 260 с. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/103650/1/978-5-7996-3300-4_2021.pdf

4. Основы проектной деятельности: учебно-методическое пособие / сост. И. М. Дудина; Яросл. гос. ун-т им. П. Г. Демидова. - Ярославль: ЯрГУ, 2019. <http://www.lib.uni Yar.ac.ru/edocs/iuni/20190601.pdf>

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 мультидисциплинарным 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.