

**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.14 «Продюсирование медиапроектов»

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

по направлению подготовки

42.03.05 «Медиакommunikации»

(код и наименование направления подготовки (специальности))

Медипродюсирование и медиаменеджмент

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

бакалавр

квалификация выпускника

очная

форма(ы) обучения

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор—составитель:

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

Юмашева И.А.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.В.14_«Продюсирование медиапроектов» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	7
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине	8
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	11
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	12
7.1. Основная литература.....	12
7.2. Дополнительная литература.....	13
7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	13
7.4. Нормативные документы.....	13
7.5. Интернет-ресурсы.....	13
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	13

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

1.1. Дисциплина Б1.В.14 «Продюсирование медиапроектов» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	Способен применять законодательство Российской Федерации о рекламе, методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, технические средства телерадиовещания, передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания
		ПК-7.2	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

<i>ОТФ/трудовые и профессиональные действия</i>	<i>Код компонента освоения</i>	<i>Результаты обучения</i>

06.009/В Организация продвижения продукции СМИ	компетенции	
	ПК-7.1	владение знаниями о методах, технологиях продюсирования медиапроектов
		умение создавать и управлять медиапроекты в соответствии с принципами и методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства
		владение навыками создания и управления медиапроектов
	ПК-7.2	знание специфики создания медиапроектов
		Умение по разработке маркетинговых планов продвижения
		Навык организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.14 «Продюсирование медиапроектов» относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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

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

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы, 144 акад. часов, семестр - 8.

Таблица 3

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астр. часах)
Общая трудоемкость	144/108
Контактная работа с преподавателем	74/55,5
Лекции	24/18
Практические занятия	48/36
Лабораторные занятия	-
Самостоятельная работа	34/25,5
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, дискуссия, проектное задание
Консультация	2/1,5
Вид промежуточного контроля	Экзамен, 8 семестр

Место дисциплины.

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Технологии создания он-лайнowych медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szu-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	Типы медиапроектов в Интернете. Основные понятия в управлении медиапроектами	17	4		8		5	УО
Тема 2	Планирование медиапроекта	17	4		8		5	УО
Тема 3	Ресурсы и бюджет медиапроекта	18	4		8		6	УО, Д*
Тема 4	Риски и план реализации медиапроекта	18	4		8		6	УО
Тема 5	Инструменты для создания медиапроектов. Основы UX/UI	18	4		8		6	УО
Тема 6	Запуск и продвижение медиапроекта.	18	4		8		6	УО, Д, Пр*
Контроль		36						
Промежуточная аттестация								экзамен
Консультация		2						
Всего (академ.час./астроном.час.):		144	24		48		34	

УО – устный опрос
Д – дискуссия,
Пр – проект.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Типы медиапроектов в Интернете. Основные понятия в управлении медиапроектами.

Основные понятия в управлении медиапроектами. Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.

Тема 2. Планирование медиапроекта.

Идея, цель и ожидаемый результат медиапроекта. Интервью. Опрос. Customer Development.

Тема 3. Ресурсы и бюджет медиапроекта.

Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации медиапроекта.

Тема 4. Риски и план реализации медиапроекта.

Планирование рисков. Этапы реализации проекта. Диаграмма Ганта.

Тема 5. Инструменты для создания медиапроектов. Основы UX/UI.

Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать успешный медиапроект. Основные параметры опыта взаимодействия пользователей (UX) и пользовательского интерфейса (UI) в цифровых продуктах.

Тема 6. Запуск и продвижение медиапроекта.

Основные параметры продвижения цифровых продуктов. Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование. Роли в команде. Эффективность работы и решение конфликтов. Способы планирования и достижения результата. Оценка успешности медиапроекта. Аналитика поведения пользователей медиапроекта.

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.14 «Продюсирование медиапроектов» 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. Основные понятия в управлении медиапроектами.
2. Цифровые продукты.
3. Идея, цель и ожидаемый результат медиапроекта.
4. Интервью. Опрос.
5. Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации медиапроекта.
6. Планирование рисков.
7. Этапы реализации проекта.
8. Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать успешный медиапроект.
9. Основные параметры продвижения цифровых продуктов.
10. Каналы продвижения.
11. Медиаплан. SEO и SMM.
12. A/B-тестирование.
13. Роли в команде.
14. Эффективность работы и решение конфликтов.
15. Способы планирования и достижения результата.

Типовые вопросы для дискуссий

1. Медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации.
2. Медиапроект в условиях реальностей России: особенности планирования и реализации.
3. Конкурентное поле и поиск новых ниш в современных медиасистемах
4. Уникальность медиапроекта.
5. Сроки медиапроекта. Постановка цели.
6. Структура медиапроекта.
7. Сценарий проекта.
8. Анализ рисков.
9. Бюджет медиапроекта.
10. Ограничения медиапроекта.
11. Проектная команда.

Типовые задания для проектной работы

Задание 1. Разработать концепцию молодежного сообщества в российской социальной сети (по выбору студента).

Задание 2. Сформировать миссию, задачи и медиаплан авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

Задание 3. Разработать и обосновать контент-план авторского молодежного сообщества в российской социальной сети.

5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1. Экзамен проводится с применением метода устного опроса по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

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

Таблица 5(2)

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-7.1: Владеет законодательством Российской Федерации о рекламе, методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, техническими средствами телерадиовещания, передовым отечественным и зарубежным опытом производства и продвижения продукции телерадиовещания	Студент определяет возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа	Студент эффективно создает и управляет медиапроектами
ПК-7.2: Выполняет функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.	Студент создает проморолики, разрабатывает маркетинговые планы продвижения продукции	Студент эффективно выполняет функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции и инициированию творческих идей для создания нового продукта

Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

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

Перечень вопросов к экзамену

1. Понятие медиапроекта.
2. Современные медиапроекты в контексте новых информационных технологий.
3. Особенности медиапродукта, его важнейшие характеристики.
4. Взаимосвязь медиатора с проектом в СМИ.
5. Новая и традиционная медиасистемы.
6. Кризис системы СМИ, поиск новых рекламных медианосителей.
7. Медиапроект как инструмент влияния на целевые аудитории в новой системе медиакоординат.
8. Медиапроект – в России и на Западе.
9. Основные методологические подходы к управлению медиапроектами.
10. Свод знаний по управлению проектами.
11. Проект РМВоК. Основные стандарты PMI, IPMA.
12. Сравнительный анализ методологий РМВоК и P2M.
13. Управление реализацией медиапроекта
14. Эффективность современного медиапроекта.
15. Специфика рыночного и конкурентного анализа СМИ.
16. Характеристики жизненного цикла медиапроекта в различных сегментах СМИ – печатном, радио, телевизионном, сетевом.
17. Оценка рисков проекта в СМИ.
18. Описание портретов целевой аудитории медиапроекта
19. Ресурсы и бюджет медиапроекта.
20. Риски и планирование проекта.
21. Пользовательский сценарий

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.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Расчет итоговой рейтинговой оценки

Таблица 6

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	A
86-95	отлично	B
71-85	хорошо	C
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	E

Описание системы оценивания

Таблица 7

Оценочные средства (формы текущего и промежуточного контроля)	Показатели оценки	Критерии оценки
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)
Экзамен	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

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 2 человека и самостоятельно готовят медиапроект. 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 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. ОСНОВЫ БИЗНЕС-МОДЕЛИРОВАНИЯ СМИ 3-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Иваницкий В. Л. - Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова (г. Москва)., 2021 г. - 239 с. - ISBN 978-5-534-08351-4 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/osnovy-biznes-modelirovaniya-smi-470555>
2. ДИЗАЙН НОВЫХ МЕДИА 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Литвина Т. В. - Московская государственная художественно-промышленная академия имени С.Г. Строганова (г. Москва)., 2021 г. - 181 с. - ISBN 978-5-534-10964-1 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/dizaynnovyh-media-473415>

7.2. Дополнительная литература

1. СОЦИОЛОГИЯ МЕДИАКУЛЬТУРЫ И МЕДИАОБРАЗОВАНИЯ 2-е изд., испр. и доп. Учебное пособие для вузов / Ефанов А. А. - Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (г. Москва)., 2021 г. - 124 с. - ISBN 978-5-534-12432-3 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/sociologiya-mediakultury-i-mediaobrazovaniya-476511>

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 9

№ 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.