

МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РФ
Автономная некоммерческая образовательная организация
высшего образования
«Кубанский социально-экономический институт (КСЭИ)»

Рабочая программа дисциплины (модуля)

Основы создания медиапроекта
(Наименование дисциплины (модуля))

Журналистика 42.03.02.
Специальность / направление подготовки с кодом

Технология современных медиакоммуникаций
Специализация / Направленность

Бакалавр
Квалификация (степень) выпускника

Очная, заочная
Форма обучения: очная и заочная

КРАСНОДАР 2017

Составитель:

Павлова Ольга Александровна, д.филол.н., доцент, профессор кафедры журналистики и медиакоммуникаций

Рецензент:

Мороз Олег Николаевич, д.филол.н., профессор кафедры публицистики и журналистики ФГБОУ ВО «КубГУ»

РПД обсуждена и утверждена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций, протокол № 11 от 20 июня 2017 года

Содержание программы соответствует требованиям, изложенным в приказе Министерства образования и науки Российской Федерации от 19 декабря 2013 года №1367 «Об утверждении Порядка организации и осуществления образовательной деятельности по программам высшего образования – программам бакалавриата, программам специалитета, программам магистратуры».

Программа дисциплины «Основы создания медиапроекта» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО и учебными планами всех годов набора, актуализированными согласно действующей редакции стандарта, по специальности / направлению подготовки 42.03.02. Журналистика.

1. Цели освоения дисциплины

Целью курса является освоение инструментов моделирования медиа-проектов и – в непосредственной связи с этим – формирование у студентов способности к созданию медиапроекта как особого информационно-творческого продукта.

Задачами курса являются:

- – выработка системы знаний о месте проекта в парадигме медиарынка, о месте и значимости медиапроекта в структуре медиаконцерна и медиахолдинга;
- знакомство с организационными формами медиапроекта в структуре медиапредприятий;
- выработка навыков управления медиапроектной работой, презентации и защиты медиапроекта перед вышестоящими менеджерами;
- выработка навыков создания локального медиапроекта.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенции, знания, умения, навыки)

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование *следующей компетенции*:

- способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

В результате изучения дисциплины студент должен:

Знать:

- пути эволюции отечественных СМИ в контексте узловых событий российской экономики конца 1990 – начала 2010-х гг.;
- основные законы РФ о печати;
- определение медиапроекта, их виды типы и характеристики.

Уметь:

- владеть понятийной базой курса;
- моделировать локальный медиапроект;

→ создать индивидуальный медиапроект в соответствии с имеющимся контентом;

→ демонстрировать свои креативные способности в написании статьи, производстве фото- и видеоматериалов;

→ уметь редактировать полученный материал, правильно размещать его на сайте.

Владеть:

→ навыками написания бизнес-плана;

→ навыками создания фото-, видео-, текстового контента;

→ подготовки сценария медиапроекта;

→ технологией продвижения медиапроекта на рынке СМИ.

3. Место дисциплины в структуре ООП:

Наименование учебного плана (год набора, форма обучения)	Место в структуре ООП согласно ведомости учета дисциплин
ОФО-2016, 2017	Дисциплина по выбору

4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических или астрономических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Учебные планы ОФО-2016, 2017

ЗЕТ	Часов академических	Контактная работа обучающегося с преподавателем			Самостоятельная работа	Формы контроля
		Лекции	Семинары	Лабораторные		
4	144	26	26	0	92	Экзамен / 6

Учебные планы ОФО-2016, 2017

№	Тема (раздел) дисциплины	Семестр	Акаде- мические часы	Вид учебного занятия
1	Отечественные СМИ в контексте экономики РФ. Традиционная и новая медиасистема.	6	4	л
2.	Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов: сайт, презентация, видеоролик	6	4	л
3.	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	6	4	л
4.	Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах.	6	4	л
5.	Понятие о медиапроектной заявке и бизнес-плане медиапроекта	6	4	л
6.	Коммуникации как стратегическая основа создания медиапроекта.	6	2	л
7.	Медиапроект и медиапродукт.	6	2	л
8.	Моделирование цели медиапроекта по SMART	6	2	с
9.	Тренинг «Бизнес-планирование и анализ аудитории»	6	2	с
10.	Кейс-задание «Создание заявки сетевого локального проекта»	6	4	с
11.	Практикум «Создание сценария медиапроекта сайта «	6	4	с
12.	Практикум «Контент локального проекта: видео-, аудио-, фото медиапродукты»	6	4	с
13.	Практикум «Текстовый контент сетевого локального проекта»	6	4	с
14.	Студенческая конференция «Актуальные проблемы медиапроектирования»			
15.	Запуск локального медиапроекта	6	4	с

6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Обращаться к учебно-методическому пособию:

Бизнес-моделирование СМИ: учебно-методическое пособие. Павлова О.А. – Краснодар: КСЭИ, 2015. 55 с.

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения ОП

Шифр компетенции и ее содержание		
Этап 1	Знать	З (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ;
Этап 2	Уметь	У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ;
Этап 3	Навыки и (или) опыт деятельности – Владеть	В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

– способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

Этап	Критерий оценивания	Показатель оценивания	Шкала оценивания				Средство оценивания
			отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно	
1. Знать	Полнота, системность, прочность знаний; обобщенность знаний	Объем, качество знаний в области медиапроектирования, применение теоретических знаний для анализа практических ситуаций	Знает принципы создания локального медиапроекта, разработки концепции СМИ.	Знает принципы создания локального медиапроекта, разработки концепции СМИ, но допускает несущественные ошибки при их характеристике	Фрагментарно, бессистемно знает принципы создания локального медиапроекта, разработки концепции СМИ.а	Не знает принципы создания локального медиапроекта, разработки концепции СМИ.	1. Студенческая конференция «Актуальные проблемы медиапроектирования». 2. Теоретический коллоквиум. 3. Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практиче-

							ские задания).
2. Уметь	Степень самостоятельности выполнения действия; осознанность выполнения действия; выполнение действия (умения) в незнакомой ситуации	Степень уникальности, креативности и перспективности разработанной концепции СМИ	Умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ; четко разграничивает понятия «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ»	В целом умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ, но допускает несущественные ошибки в интерпретации понятий «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ»	Посредственно, шаблонно умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ; допускает существенные ошибки в интерпретации понятий «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ	Не умеет разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ; не разграничивает понятия «миссия СМИ», «цель СМИ», «концепция СМИ	1. Практикум «Моделирование медиапроекта по SMART». 2. Тренинг «Бизнес-планирование и анализ аудитории». 3. Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).
3. Владеть	Ответ на вопросы, поставленные преподавателем; решение задач; выполнение практических задач	Степень эффективности реализации сетевого локального авторского сетевого медиапроекта,	Владеет навыками создания локального авторского медиапроекта	В целом владеет навыками создания сетевого авторского медиапроекта, но допускает несущественные ошибки в их реализации	Посредственно владеет навыками создания сетевого локального авторского медиапроекта, обнаруживает шаблонность, стереотипность в его моделировании	Не владеет навыками создания сетевого локального авторского медиапроекта	1. Кейс-задание «Создание заявки сетевого локального проекта». 2. Практикум «Создание сценария медиапроекта сайта». 3. Практикум «Контент локального проекта: видео-, аудио-, фото медиапродукты». 4. Практи-

							<p>кум «Текстовый контент сетевого локального проекта».</p> <p>5. Запуск локального сетевого медиапроекта.</p> <p>6. Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).</p>
--	--	--	--	--	--	--	---

3. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

№ 1

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ.

Средство оценивания: Практикум «Моделирование цели медиапроекта по SMART»

ЗАДАНИЕ

План проведения практикума:

1. Обсуждение теоретических вопросов.
2. Защита презентаций «Постановка цели по SMART» и корректировка концепций локальных сетевых проектов.

Теоретические вопросы для обсуждения:

- Признаки медиапроекта.

- Виды медиапроектов. Характеристика локального медиапроекта.
- Изучение конкурентов на федеральном уровне и локальном рынке.
- Позиционирование медиапродукта. Изучение потребностей целевой аудитории. Разработка модели СМИ, ориентированной на целевую аудиторию.

№ 2

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ.

Средство оценивания: Тренинг «Бизнес-планирование и анализ аудитории».

ЗАДАНИЕ

Содержательно и методически семинарское занятие, проводимое в форме тренинга, разбивается на две части, первая из которых длится один академический час, а вторая – три академических часа; итого две пары.

Первая часть проходит в форме блиц-опроса, выявляющего знание тем «Анализ аудитории СМИ», «Менеджмент и бизнес-план редакции».

Для выполнения второй части тренинга преподаватель разделяет студенческую аудиторию на пять групп для выполнения письменного задания.

Примерные вопросы блиц-опроса:

- 1) Как наладить обратную связь с аудиторией?
- 2) Опрос и фокус группа – их сильные и слабые стороны. Как выяснить, репрезентативен ли опрос? Как подобрать репрезентативную аудиторию на фокус группу?
- 3) Что такое географические особенности аудитории? Как влияет на доходы СМИ образованность аудитории? Национальная принадлежность аудитории? Пол и возраст аудитории? Ежемесячный доход аудитории? (Приведите примеры по конкретным изданиям).
- 4) Как связана реклама в издании и целевая аудитория издания (приведите примеры по нескольким изданиям: деловая газета, массовая газета, бесплатная газета, гляцевый журнал)?
- 5) Как можно изучать аудиторию потенциальных конкурентов? Как можно сделать аудиторию конкурента своей аудиторией?
- 6). Что такое прибыльность и самоокупаемость СМИ? Как их можно рассчитать?
- 7). Каким образом осуществляется планирование доходов СМИ? Что такое планирование тиража, рекламная политика издания?

8). Каким образом осуществляется планирование расходов СМИ? Что такое редакционные расходы? Какие налоги платят СМИ?

9) Дайте определение бизнес-плана. Каковы цели использования бизнес-плана в редакции?

10) Каким образом бизнес-план используют для укрепления экономической базы редакции?

11). Как бизнес-план становится инструментом планирования деятельности редакции и организации работы ее сотрудников?

12) Каковы перспективы использования нереализованных возможностей укрепления финансовой базы редакции.

Литература для подготовки к блиц-опросу:

Белановский С. А. Метод Фокус-групп. [Электронный ресурс]: <http://www.twirpx.com/file/13111/> (дата обращения: 23.06. 2016).

Гуревич. С. М. Экономика отечественных СМИ. М.: Аспект Пресс, 2004. С. 16–21, 45–53, 150–155, 175–178. [Электронный ресурс]: <http://evartist.narod.ru/text11/34.htm> (дата обращения: 23.06. 2016).

Для выполнения второй части занятия преподаватель делит студентов на пять подгрупп и предлагает им письменно в течение 25–35 минут составить бизнес-план редакции для 1) ежедневной газеты; 2) ежемесячного журнала; 3) новостного сайта; 4) телеканала; 5) радиостанции. Издание студенты должны придумать самостоятельно, а не брать из тех, что когда-либо существовали или существуют поныне.

В бизнес-плане необходимо указать основные доходы и расходы редакции за месяц (для ежемесячного журнала – за 12 месяцев), план выпуска номеров или программ, обозначить возможные перспективы развития того или иного издания. В бизнес-план обязательно должны быть включены разделы: 1. Резюме. 2. Компания. 3. Анализ рынка. 4. План производства. 5. Менеджмент и организация. 6. Долгосрочное развитие. 7. Финансовый план. 8. Логистика.

Быстрое выполнение данного задания возможно только тогда, когда студенты самостоятельно, готовясь к семинару-тренингу, изучат 22 главу «Менеджмент и бизнес-план редакции» учебного пособия С.М. Гуревича «Экономика отечественных СМИ» (М.: Аспект Пресс, 2004).

Затем представители пяти студенческих подгрупп рассказывают о проекте, отвечают на вопросы соперников. Поощрением в этом тренинге является высший балл, который получают представители выигравшей команды; балл «хорошо», которым будут отмечены представители полгруппы, занявшей второе место, и балл «удовлетворительно», доставшийся всем остальным.

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Кейс-задание «Создание заявки сетевого локального проекта».

ЗАДАНИЕ

Задание каждым студентом индивидуально выполняется дома. Отчет по нему осуществляется на семинарском занятии в форме презентации (15–20 слайдов).

Необходимо разработать заявку на реализацию сетевого локального медиапроекта.

Стратегический ход рассуждений студента обязательно должен включать в себя следующие этапы:

1. «Где?» Исследование поля битвы.
2. «Что?» Уникальность проекта.
3. «Когда?» Сроки проекта (начало – финал).
4. «Зачем?» Постановка цели.
5. «Как?» Сценарий проекта.
6. «А если?» Анализ рисков.
7. «Сколько?» Бюджет проекта
8. «А хватит?» Ограничения проекта.
9. «Кто?» Проектная команда.
10. «Кто, откуда, насколько?» Отграничения от других замыслов. Специфичная для проекта организация.

В результате этих рассуждений проектная заявка должна состоять из восьми обязательных частей.

Структура проектной заявки

1. Исследование рыночного поля с позиций реализации локального медиапроекта.
2. Целевая аудитория.
3. Цель (концепция, миссия) медиапроекта.
4. Этапы (результаты).
5. Анализ рисков и пути их преодоления.
6. Бюджет.
7. Ограничения проекта.
8. Проектная команда.

На базе данной проектной заявки впоследствии студент должен написать сценарий сетевого локального медиапроекта. В процессе освоения курса

благодаря наполнению сайта контентом концепция медиапроекта корректируется.

№ 4

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Практикум «Создание сценария медиапроекта сайта».

ЗАДАНИЕ

Практикум реализуется непосредственно на семинарском занятии, на компьютерах с доступом в интернет. Но при этом у студентов должны быть домашние заготовки фрагментов сайта. В соответствии с замыслом и концепцией своих локальных сетевых проектов студенты при помощи бесплатных конструкторов сайтов реализуют свои идеи.

Конструктор сайтов – это онлайн сервис, позволяющий создавать и объединять веб-страницы в целостную структуру – сайт и управлять им, не обладая специальными техническими знаниями. Файлы созданного сайта размещены в облачном хранилище – хостинге, стабильность и безопасность работы которого поддерживается командой администраторов сервиса. Управление созданными сайтами осуществляется в онлайн-режиме посредством входа в учётную запись системы через любой браузер. Панель управления конструктора представляет собой структурированный интерфейс, содержащий инструменты (опции, настройки, редактор) для создания страниц, добавления функционала, редактирования дизайна, продвижения и обслуживания сайта. Конструкторы сайтов содержат в своей комплектации полный набор возможностей для реализации всех типов сайтов, заявленных в их спецификациях.

Варианты конструкторов сайтов:

1. [uCoz](#) – мощный и универсальный
2. [Wix](#) – удобный и популярный
3. [uKit](#) – современный и простой
4. [Webasyst](#) – серьёзный и функциональный
5. [Diafan.Cloud](#) – масштабный и профессиональный
6. [Nethouse](#) – гибкий и доступный
7. [Ucraft](#) – сбалансированный и понятный
8. [SITE123](#) – простой и качественный
9. [Setup](#) – простой и оригинальный

10. Okis – доступный и удобный

При написании сайта необходимо учитывать следующие *основные правила*:

1. Интерфейс должен быть создан для людей, а не для вас.
2. Навигация по сайту должна быть проста и логична.
3. Качество статей должно быть достойно.
4. Текстовый контент должен быть естественный, уникальный, оригинальный (а не копирайт).
5. Видео-, фото- контент должен соответствовать реальности.

№ 5

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Практикум «Контент локального проекта: видео-, аудио-, фото- медиапродукты».

ЗАДАНИЕ

В соответствии с концепцией сетевого локального проекта студенты создают видео-, аудио-, фото- медиапродукты, которые впоследствии должны быть размещены на сайте. Должно быть создано не менее 10 медиапродуктов визуального ряда. В ходе практикума каждый студент отчитывается за проделанную работу.

№ 6

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Практикум «Текстовый контент сетевого локального проекта».

ЗАДАНИЕ

В соответствии с концепцией сетевого локального проекта студенты создают текстовый контент для последующего размещения на сайте. Текстовый контент может быть написан в различных жанрах, но для локального медиапроекта, носящего социальную направленность, в приоритете должны быть аналитические жанры. Должно быть написано не менее 5 материалов.

До размещения на сайте текстовый контент в распечатанном виде предоставляется педагогу для рецензирования.

№ 7

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ.

Средство оценивания: Студенческая конференция «Актуальные проблемы медиапроектирования».

ЗАДАНИЕ

План проведения конференции:

1. За неделю до начала конференции студенты сдают преподавателю свои научные статьи. Тематика статей распределяется преподавателем в начале семестра.
2. Выступление 5–6 докладчиков конференции (время выступления докладчика 7-10 мин).
3. Представление и знакомство со стендовыми докладами, ответы докладчиков на вопросы слушателей (40-45 мин.)
4. Подведение итогов конференции, рекомендации к публикации.

Вопросы для обсуждения:

1. Создание контента масс-медиа как бизнес-процесс.
2. Выпуск «пилота» нового СМИ: цели и задачи.
3. Технология создания прайс-листа медиапроекта, его структура.
4. Выбор системы налогообложения медиапроекта: краткое обоснование.
5. Описание основных рисков медиапроекта и пути их нивелирования.
6. Инновации, их виды и роль в развитии медиапроекта.
7. Методы стимулирования продаж Роль маркетинговые коммуникации.
8. Антикризисное управление в фирме массмедиа.
9. Управление фирмой массмедиа через культуру, иерархию, рынок (к вопросу о стилях руководства)
10. Понятие логистики и ее применение в фирме массмедиа.
11. Медиабизнес и обслуживающая модель СМИ.
12. Специфика брендинга в СМИ.

№ 8.

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ.

Средство оценивания: Теоретический коллоквиум.

ЗАДАНИЕ

Задания теоретического коллоквиума

IPMA

PMI

Аудиметр

Баннер

Закон РФ «О средствах массовой информации»

Закон СССР «О печати и других средствах массовой информации»

Инновации

Интегрированные маркетинговые коммуникации (ИМК)

Интерфейс

Инфоториал

Контент-провайдер

Массмедиа, медиа

Медиаменеджмент

Медиамикс

Медиапланирование

Медиапродукт

Медиапроект

Позиционирование

Рециклинг

Рынок

Эдьютейнмент

№ 9

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Запуск локального сетевого медиапроекта.

ЗАДАНИЕ

План проведения процедуры запуска локального сетевого медиапроекта

1. Презентация бизнес-плана сетевого локального медиапроекта социальной направленности.

2. Демонстрация функционирующего сайта, репрезентирующего локальный сетевой медиапроект.

№10

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции:

З (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ.

В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ.

Средство оценивания: Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).

ЗАДАНИЕ

Экзаменационные вопросы

1. Структура медиапроектной заявки.
2. Исследования до старта медиапроекта
3. Постановка цели медиапроекта.
4. Анализ рисков медиапроекта
5. Команда медиапроекта.
6. Организация медиапроекта.
7. Группы влияния медиапроекта
8. Медиапроект и медиапродукт.
9. Встраивание медиапроекта в структуру компании.
10. Линейная организация медиапроекта
11. Штабная организация медиапроекта
12. Матричная организации медиапроекта.
13. Структурирование медиапроекта.
14. Бюджетирование медиапроекта.
15. Моделирование эффективного медиапродукта.
16. «5Р» маркетинг-микса.
17. Формула «ЗЕЭН»
18. Формула аудитория.
19. Медиапродукт, «который продает себя сам».
20. Поиск ниши и позиционирование.
21. Цена и распространение медиапродукта.
22. PRO-движение медиапродукта.
23. Признаки медиапроекта.
24. Матрица вывода нового СМИ на рынок

25. Разработка модели СМИ, ориентированной на ЦА.

Виды практических заданий

Практическое задание в данной дисциплине – это демонстрация действующего сетевого локального проекта. Если данная практическая часть дисциплины не выполнена, то студент не допускается до сдачи экзамена.

4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

№ 1

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ.

Средство оценивания: Практикум «Моделирование цели медиапроекта по SMART».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none">• принимал активное участие в обсуждении теоретических вопросов по медиамаркетингу;• подготовил и защитил презентацию «Постановка цели по SMART» и корректировка концепций локальных сетевых проектов»
Не зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none">• не участвовал в обсуждении теоретических вопросов по медиамаркетингу;• не подготовил презентацию «Постановка цели по SMART» и корректировка концепций локальных сетевых проектов»

№ 2

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ.

Средство оценивания: Тренинг «Бизнес-планирование и анализ аудитории».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	<ul style="list-style-type: none">• Студент• студент активно проявил себя в блиц-опросе по темам «Анализ аудитории», «Менеджмент и бизнес-план редакции»;• студент продуктивно проявил себя в работе фокус-групп по составлению бизнес-плана редакции для ежедневной газеты, ежемесячного журнала, новостного сайта, телеканала, радиостанции.• Оценка «зачтено» далее дифференцируется, в зависимости от полученного студенческой «фокус-группой» места в конкурсе бизнес-планов редакции места. Поощрением в этом тренинге является высший балл, который получают представители выигравшей команды; балл «хорошо», которым будут отмечены представители другой «фокус-группы», занявшей второе место, и балл «удовлетворительно», доставшийся всем остальным.
Не зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none">• т не ответил ни на один вопрос блиц-опроса по темам «Анализ аудитории», «Менеджмент и бизнес-план редакции»;• не проявил себя в работе фокус-групп по составлению бизнес-плана редакции для ежедневной газеты, ежемесячного журнала, новостного сайта, телеканала, радиостанции.

№ 3

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Кейс-задание «Создание заявки сетевого локального проекта».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент написал заявку на создание сетевого локального проекта, оформив ее в соответствии с требованиями.
Не зачтено	Студент не написал заявку на создание сетевого локального

	проекта.
--	----------

№ 4

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Практикум «Создание сценария медиапроекта сайта».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> • имеет домашние заготовки web-дизайна, сценария для реализации их в сайте как медийной площадке локального проекта; • активно работает в аудитории над конструированием сайта
Не зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> • не имеет домашних заготовок web-дизайна, сценария для реализации их в сайте как медийной площадке локального проекта; • не работает в аудитории над конструированием сайта.

№ 5

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Практикум «Контент локального проекта: видео-, аудио-, фото- медиапродукты».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> • в соответствии с концепцией своего сетевого локального проекта создал не менее 10 медиапродуктов визуального ряда; • на семинарском занятии получил положительную аттестацию данных медиапродуктов; • медиапродукты визуального ряда были размещены в

	указанное преподавателем время на сайте.
Не зачтено	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> • создал менее 10 медиапродуктов визуального ряда либо не создал их вообще; • и (или) на семинарском занятии не получил положительной аттестации созданных медиапродуктов; • и (или) медиапродукты визуального ряда не были размещены на сайте в указанное преподавателем время.

№ 6

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Практикум «Текстовый контент сетевого локального проекта».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> • в соответствии с концепцией своего сетевого локального проекта создал не менее 5 текстовых материалов социальной направленности; • данные материалы были сданы на рецензирование и получили положительную аттестацию преподавателя; • текстовый контент был размещен на сайте.
Не зачтено	<p>Студент</p> <ul style="list-style-type: none"> • создал менее 5 текстовых материалов социальной направленности; • данные материалы не были сданы на рецензирование и (или) не получили положительную аттестацию преподавателя; • текстовый контент не был размещен на сайте.

№ 7

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ.

Средство оценивания: Студенческая конференция «Актуальные проблемы медиапроектирования».

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> написал научную статью и доклад, сделал по ним презентацию, или написал стендовый доклад; активно участвовал в прениях конференции.
Не зачтено	Студент не написал научную статью, не написал доклад, не сделал презентации по статье и докладу, не написал стендовый доклад.

№ 8.

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: 3 (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ.

Средство оценивания: Теоретический коллоквиум.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> ответил минимум на два вопроса из трех на знание законов о СМИ; из терминологического минимума на знание пяти терминов дал определения четырем.
Не зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> ответил на один или вообще не ответил ни на один вопрос по законам о СМИ; из терминологического минимума на знание пяти терминов дал определения трем и менее понятиям.

№ 9

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции: В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

Средство оценивания: Запуск локального сетевого медиапроекта.

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
Зачтено	Студент <ul style="list-style-type: none"> написал бизнес-план сетевого локального медиапроекта социальной направленности; создал сайт, репрезентирующий данный проект
Не зачтено	Студент

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ написал бизнес-план сетевого локального медиапроекта социальной направленности; ▪ создал сайт, репрезентирующий данный проект.
--	---

№10

Компетенция: (обладать) способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект, участвовать в разработке, анализе и коррекции концепции СМИ (ПК-4).

Этап формирования компетенции:

З (ПК-4): иметь представления о локальном авторском медиапроекте, о концепции СМИ.

В (ПК-4): способностью разрабатывать локальный авторский медиапроект.

У (ПК-4): разрабатывать, анализировать и корректировать концепцию СМИ.

Средство оценивания: Типовые задания промежуточного контроля (экзаменационные вопросы, практические задания).

Методика оценивания:

Наименование оценки	Критерий
«Отлично»	<ol style="list-style-type: none"> 1). Студент успешно прошел обучение в течение семестра, успешно выполнил все требования текущей аттестации. 2). Даны полные, развернутые ответы на вопросы билета. 3). Показано глубокое знание предмета и умение применять знания при ответе. 4). Ответ изложен логично и последовательно, не требует дополнительных пояснений; безупречно справляется с практическим заданием. 5). Соблюдены нормы культуры речи.
«Хорошо»	<ol style="list-style-type: none"> 1). Студент в целом успешно прошел обучение в течение семестра, в основном успешно выполнил все требования текущей аттестации. 2). Даны систематизированные и последовательные ответы на вопросы билета. 3). Содержание в основном достоверно, но имеются единичные фактические неточности. 4). Допущено 1–2 нарушения последовательности изложения; в целом сильно справляется с практическим заданием. 5). В основном соблюдены нормы культуры речи.
«Удовлетворительно»	<ol style="list-style-type: none"> 1). Студент посредственно прошел обучение в течение семестра. 2). Даны в целом верные, но односторонние или недостаточно полные ответы на вопросы билета. 3). Содержание ответов достоверно в главном, но имеется до 4-х неточностей. 4). Нарушена последовательность изложения ответов, слабо справляется с практическим заданием.

	5). Имеется до 3-х нарушений норм культуры речи.
«Неудовлетворительно»	1). Студент крайне посредственно прошел обучение в течение семестра, не выполнил работы текущей аттестации. 2). Ответ не представляет собой определенной системы знаний по предмету. 3). Допущено много (более 4-х) фактических неточностей. 4). Нарушена последовательность изложения мыслей; не выполнил практическое занятие. 5). Грубо нарушены нормы культуры речи.

8. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

Основная литература:

1. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ: Учеб. пособие для студентов вузов. М.: Аспект Пресс, 2012. 254 с.
2. Гуревич С. М., Иваницкий В. Л., Назаров А. А., Щепилова Г. Г. Основы медиамаркетинга / Под ред. С. М. Гуревича. М.: МедиаМир, 2014. 201 с.
3. Основы медиабизнеса / учебник под ред. Вартановой Е.Л., М.: Аспект-Пресс, 2009.

Дополнительная литература:

4. Аакер Д. Стратегия управления портфелем брендов. М.: Эксмо, 2008.
5. Аакер, Д. А. Как обойти конкурентов: Создаем сильный бренд. СПб.: Питер, 2012. 350с.
6. Акулов В.Б., Рудаков М.Н. Теория организации: Учеб. пособие. Петрозаводск, 2002. [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://media.karelia.ru/~resource/econ/Teor_org (дата обращения: 18.05.2016).
7. Башкирова Е.И. Оценка эффективности процесса коммуникации. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.pressclub.host.ru/ID/Doc14.shtml> (дата обращения: 18.05.2016).
8. Божук С., Ковалик Л., Маслова Т., Розова Н., Тэор Т. Маркетинг: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2012.
9. Бузин В., Бузина Т. Медиапланирование. М.: ЮНИТИ, 2010.
10. Васильев Г.А., Романов А.А., Поляков В.А. Медиапланирование. М., 2009.
11. Верников Г. Основные методологии обследования организаций / Стандарт IDEF0. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.md/management.ru/articles/html/article32618.html> (дата обращения: 17.06.2016).
12. Галицкий Е.Б., Галицкая Е.Г. Маркетинговые исследования. М.: Юрайт, 2012.
13. Гуревич С.М. Экономика отечественных СМИ. М.: Аспект Пресс, 2009.

14. Дирлав Д. Избранные концепции бизнеса. Теории, которые изменили мир. М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007.
15. Иваницкий В. Л. Формат как инструмент цензуры // Журналистика и медиарынок. 2006. № 2 – 3.
16. Иваницкий В. О добыче и переработке фактов и об «угольке». Возвращение к журналистике «второй свежести» // Журналистика и медиарынок. 2007. № 5.
17. Иваницкий В.Л. Бизнес-план и маркетинг // Основы медиамаркетинга / Под ред. С. М. Гуревича. М.: МедиаМир, 2007. С. 166 – 197.
18. Конопляник Т. М. Регулярный менеджмент как концепция управления финансовой деятельностью предприятия // Проблемы современной экономики. 2008. № 3(19).
19. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менеджмент. СПб: Питер, 2012.
20. Кучеров К. Важнейшие этапы становления теории менеджмента СМИ. RELGA. № 2(80). 2002. 30 янв. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.relga.ru (дата обращения: 20.06.2016).
21. Олешко В.Ф. Журналистика как творчество. М.: РИП-Холдинг, 2005.
22. Основы медиабизнеса / Под редакцией Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2009.
23. Перси Л. Элиот Р. Стратегическое планирование рекламных кампаний. М.: ИД Гребенникова, 2008.
24. Основы медиабизнеса / Под редакцией Е.Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2009.
25. Робсон М., Уллах Ф. Реинжиниринг бизнес-процессов: Практическое руководство. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2003.
26. Рожков И.Я., Кисмережкин В.Г. Бренды и имиджи. М.: РИП-холдинг, 2006.
27. Романов А. А. Маркетинговые коммуникации. М., 2011.
28. Тангейт М. Медиагиганты. Как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство. М.: Альпина-Паблицерс, 2006.
29. Теория и практика медиарекламных исследований. М., 2011.
30. Управление клиентской базой. Анализ жизненного цикла клиента. [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.iso.ru/journal/articles/446.html> (дата обращения: 17.06.2016).
31. Цуканова О.А. Методология и инструментарий моделирования бизнес-процессов: Учебное пособие. СПб.: Университет ИТМО, 2015.
32. Albarran Alan B. Management of Electronic Media. Cengage Learning, 2009.
33. Albarran Alan B. The Media Economy. New York: Taylor & Francis, 2010.
34. Media Promotion and Marketing for Broadcasting, Cable, and the Internet / Ed. by Susan Tyler Eastman, Douglas A. Ferguson, Robert A. Klein. Taylor & Francis, 2012.

35. Napoli P.M. Audience Evolution: New Technologies and the Transformation of Media Audiences. New York: Columbia University, 2011.
36. Wimmer R.D., Dominick J.R. Mass Media Research: An Introduction. Cengage Learning, 2011.

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля)

Базы данных по медиа мониторингу в интернете

- Базы данных зарубежной периодики: Sage Journals Online.
- Базы данных зарубежной периодики: JSTOR.
- Базы данных зарубежной периодики: Taylor & Francis Online.
- Базы данных зарубежной периодики: Wiley Online Library.
- База данных отечественной периодики: eLIBRARY.RU.
- Российские базы данных СМИ: Интегрум.
- Российские базы данных СМИ: Public.Ru.
- База данных Global Market Information Database (GMID), содержащая статистику, обзоры рынка, профили компаний и источники информации для анализа стран, рынков, потребителей и их образа жизни.

Справочно-информационные сайты

- Официальный сайт факультета журналистики МГУ: <http://www.journ.msu.ru/>
- Медиаскоп: электронный научный журнал факультета журналистики МГУ: www.mediascope.ru
- Официальный сайт высшей школы журналистики и массовых коммуникаций СПбГУ: <http://jf.spbu.ru/>
- Официальный сайт отделения журналистики ТюмГУ: <http://media.utmn.ru/library.php>
- Неофициальный сайт журфака КГУ: <http://kgu-journalist.ucoz.ru/index/0-16>
- Библиотека Гумер: Журналистика: http://www.gumer.info/bibliotek_Buks/Gurn/Index.php
- Библиотека журналиста: <http://journalism.narod.ru/>
- Интернет-библиотека образовательных изданий: <http://www.iqlib.ru>
- Научная библиотека Новосибирского государственного технического университета: Журналистика: http://library.nstu.ru/inet_resources/jurnal
- ГИПП: союз издателей: www.gipp.ru
- НАТ: Национальная ассоциация телерадиовещателей: www.nat.ru
- Учебный портал по экономической теории, менеджменту, маркетингу: www.economicus.ru
- ФГУ ГНИИ ИТТ «Информика»: www.informika.ru
- Электронная библиотечная система «Университетская библиотека- online»: www.biblioclub.ru

Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников»:
<http://www.grebennikon.ru/>

Ресурсы информационных агентств и популярных СМИ в Интернете

РИА «Новости»: <http://www.regions.ru/>
«Интерфакс» <http://www.interfax.ru/>
«Росбалт»: <http://www.rosbalt.ru/>
«Газета.Ру»: <http://www.gazeta.ru/>
«Страна.Ру»: <http://www.strana.ru/>
РосБизнесКонсалтинг»: <http://rbc.ru>
«ИТАР-ТАСС»: <http://www.itar-tass.com/>
«СМИ.Ру»: <http://www.smi.ru/>
«Утро.Ру» : <http://www.utro.ru/>
«Взгляд»: <http://www.vz.ru/>
«Эхо Москвы»: <http://www.echo.msk.ru/>
1 канал: <http://www.ltv.ru/>
Россия: <http://www.mtv.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Дисциплина «Основы создания медиaproекта» имеет практическую направленность, и все ее учебно-методическое, научно-теоретическое содержание нацелено на выработку навыков создания сетевого локального медиа-проекта социальной направленности.

При написании сайта необходимо учитывать следующие *основные правила*:

1. Интерфейс должен быть создан для людей, а не для вас.
2. Навигация по сайту должна быть проста и логична.
3. Качество статей должно быть достойно.
4. Текстовый контент должен быть естественный, уникальный, оригинальный (а не копирайт).
5. Видео-, фото- контент должен соответствовать реальности.

Успешная реализация этой задачи, т.е. создание в процессе дисциплины функционирующего сайта – способствует *автоматическому получению экзамена*.

Кроме того, обязательными условиями для результативного усвоения дисциплины (1) посещение лекций и регулярное ведение конспектов лекций, (2) активная систематическая работа на семинарских занятиях. Большинство семинарских занятий по данному предмету нацелено на выработку функционирующего сайта и выдержаны в интерактивной форме.

Однако одно из занятий представлено в формате научной конференции, и подытоживается написанием научной статьи. Лучшие статьи по итогам конференции будут опубликованы в сборнике «Творчество молодых».

. Методические рекомендации к написанию и оформлению научной статьи

Научная статья – логически выстроенная законченная работа, содержание которой системно раскрывает поставленную автором цель исследования и связанный с данной целью комплекс задач. В научной статье обязательными элементами является наличие четко прописанной методологии, терминосистема, выверенные лаконично сформулированные выводы в заключении статьи.

Традиционно структура научной статьи включает в себя следующие элементы:

№	Элементы структуры научной статьи	Требования к их оформлению
1.	Сведения об авторе(ах)	1. В правом верхнем углу строчными буквами пишется фамилия и инициалы студента(ов). 2. В правом верхнем углу на второй строчке Ф.И.О., регалии научного руководителя.
2.	Название статьи	Располагается по центру заглавными буквами; отражает основной тезис (главную мысль) проведенного в статье исследования; должно быть сформулировано емко и лаконично.
3.	Аннотация	Объем аннотации – от 100 до 150 слов; аннотация содержит лаконичное изложение концепции статьи.
4.	Ключевые слова	Должно быть от 5 до 12 слов – основных понятий и терминов статьи.
	Обязательные элементы текста статьи – введение, основная часть и заключение.	
5.	Введение	Должен быть дан краткий обзор источников по проблеме (историография проблемы), указаны нерешенные вопросы, сформулированы и обоснованы актуальность, цель статьи. Во введении необходимо избегать специфических понятий и терминов.

№	Элементы структуры научной статьи	Требования к их оформлению
		Его содержание должно быть понятным и прозрачным для всех читателей, даже неспециалистам в соответствующей области. Объем введения – до одной пятой от общего содержания статьи.
5.	Основная часть	Основная часть статьи должна содержать характеристику методологии, объекта и предмета исследования. Основная часть должна подробно освещать ход исследований, проведенных автором (авторами). Если есть необходимость, основная часть статьи может быть разделена на ряд параграфов. Это деление должно отражать особенности деления главной мысли статьи на ряд тезисов и продемонстрировать концептуальную стройность работы.
6.	Заключение	Подытоживает ход рассуждений; завершается четко сформулированными выводами.
7.	Список использованной литературы (Библиография)	Анализ источников, использованных при подготовке научной статьи, должен свидетельствовать о знании автором (авторами) статьи научных достижений в соответствующей области. Поэтому обязательными являются ссылки на работы других авторов. а При этом должны присутствовать ссылки на научные публикации последних лет, включая зарубежные публикации в данной области.

Объем научной статьи (включая список литературы, таблицы и надписи к рисункам), учитываемой в качестве научных публикаций должен составлять не менее **0,35 авторского листа** (14 000 печатных знаков, включая пробелы между словами, знаки препинания, цифры и другие).

Требования к оформлению печатного текста: шрифт – Times New Roman, размер шрифта – 14 кегль, межстрочный интервал – 1,5; поля: слева – 30 мм, справа – 15 мм, сверху и снизу – 20 мм; инициалы и фамилия автора пишутся в правом верхнем углу жирным курсивом, название работы печатается прописными буквами жирным шрифтом по центру без сокращений

Текст статьи необходимо набирать без принудительных переносов, слова внутри абзаца разделять только одним пробелом, не использовать пробелы для выравнивания.

Необходимо избегать перегрузки статей большим количеством формул, дублирования одних и тех же результатов в таблицах и графиках. Список литературы оформляется согласно ГОСТ 7.0.5-2008 «Библиографическая ссылка». Список литературы приводится в порядке цитирования работ в тексте в квадратных скобках [1. С. 17] и т.п

Требования к теоретическим уровню освоения курса изложены в вопросах к экзамену. Экзамен может быть поставлен автоматически при условии соблюдения требований:

- регулярное посещение лекционных и практических занятий;
- активная работа на практических занятиях;
- сдача теоретического коллоквиума;
- написание научной статьи;
- запуск сетевого локального медиапроекта.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

Информационно-правовой портал «Гарант», правовой сайт «Консультант плюс», научная электронная библиотека eLIBRARY.RU.

Программное обеспечение: Microsoft Office (Access, Excel, PowerPoint, Word и т. д).

10. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

Специализированный кабинет Журналистики, учебно-образовательное пространство которого поделено на зоны для проведения круглого стола, актуальных интервью и оснащено столами, стульями, компьютером с выходом в Интернет, грифельной доской, мультимедийным аппаратом, учебно-методическими пособиями.