

**Правительство Российской Федерации
Санкт-Петербургский государственный университет**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

учебной дисциплины

***Цифровые медиапроекты: создание и управление
Digital media projects: development and management***

**Язык(и) обучения
русский**

Трудоёмкость (границы трудоёмкости) в зачетных единицах: 1

Регистрационный номер рабочей программы:

Санкт-Петербург
2017

Раздел 1. Характеристики учебных занятий

1.1. Цель и задачи учебных занятий

Цель курса – освоить полный цикл производства и управления медиапроектами в цифровой среде, уметь учитывать условия этой среды и продвигать проект для конкретной целевой аудитории.

Курс знакомит обучающихся с наиболее востребованными технологиями производства медиапроектов и их управления. Обучающиеся научатся разрабатывать медиапроекты «с нуля», основываясь на практике лучших примеров из отрасли. В рамках курса изучаются как индивидуальные роли при разработке проекта и его управлении, так и коллективные задачи и процессы. Рассматриваются особенности цифровой среды, в которой реализуются медиапроекты. Обзорно изучаются способы продвижения проекта и аналитика эффективности после запуска.

В результате освоения курса обучающиеся должны понимать механизмы функционирования медиапроектов в цифровой среде и создавать медиапроекты под запросы определенной аудитории. Важное место в структуре курса занимает тема эффективности медиапроекта и вовлечения аудитории. Обучающийся, освоивший курс и подготовивший по нему курсовую работу, способен, с одной стороны, анализировать текущую практику отрасли, а с другой – самостоятельно разрабатывать проект от идеи до реализации. Освоение практических навыков также предполагает участие в семинаре приглашенных экспертов-практиков, а также изучение дополнительного материала по теме спецсеминара в рамках онлайн-курсов и вебинаров по совету преподавателя.

Автор курса - действующий практик-медиаменеджер (с 2009 руководил развитием медиапроектов Mail.Ru Group в странах СНГ и Балтии, редакционный директор медиапроектов Mail.ru Group в 2014-2017 гг., директор по медийным экосистемам «ВКонтакте» с 2017 года), а также постоянный спикер крупных отраслевых конференций (MediaMakers, Russian Internet Week, РИФ+КИБ, TimeCode, и др).

1.2. Требования к подготовленности обучающегося к освоению содержания учебных занятий (пререквизиты)

Для успешного освоения курса необходимо владеть базовыми знаниями о подготовке журналистского текста (жанры и форматы), визуальной журналистике (основы фотографии, композиции и особенностей восприятия визуальной информации), практике современных Интернет-СМИ (знать издания, ориентироваться в темах публикаций). Специальных технических навыков не требуется.

1.3. Перечень результатов обучения (learning outcomes)

В результате освоения программы обучающийся должен:

Знать основы функционирования медиапроектов в цифровой среде с учетом особенностей целевой аудитории и задач.

Уметь планировать создание медиапроекта, запускать проект и управлять им, оценивать его эффективность и продвигать в цифровой среде.

Результаты освоения дисциплины соответствуют трудовым функциям профессионального стандарта «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», регистрационный номер N 33973 от 04.09.2014: Организация продвижения продукции СМИ.

1.4. Перечень активных и интерактивных форм учебных занятий

Виды лекций:

лекция-презентация.

Виды семинаров: дискуссия, деловая игра, семинар-взаимообучение, кейс-семинар.

Раздел 2. Организация, структура и содержание учебных занятий

2.1. Организация учебных занятий

2.1.1 Основной курс

| |
|---|
| Трудоёмкость, объёмы учебной работы и наполняемость групп обучающихся |
|---|

| Период обучения (модуль) | Контактная работа обучающихся с преподавателем | | | | | | | | | | | Самостоятельная работа | | | | Объём активных и интерактивных форм учебных занятий | Трудоёмкость | |
|--|--|----------|--------------|--------------------------------------|---------------------|--------------------|-------------|-------------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------------|--|--|------------------------------|--------------------------------------|---|--------------|---------------------------------|
| | лекции | семинары | консультации | практические занятия | лабораторные работы | контрольные работы | коллоквиумы | текущий контроль | промежуточная аттестация | итоговая аттестация | под руководством преподавателя | в присутствии преподавателя | сам. раб. с использованием методических материалов | текущий контроль (сам. раб.) | промежуточная аттестация (сам. раб.) | | | итоговая аттестация (сам. раб.) |
| ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| очная форма обучения | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Семестр 6 | 2 | 28 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 0 | 0 | 2 | 0 | 2 | 0 | 28 | 1 |
| итого | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Формы текущего контроля успеваемости, виды промежуточной и итоговой аттестации | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Период обучения (модуль) | | | | Формы текущего контроля успеваемости | | | | Виды промежуточной аттестации | | | | Виды итоговой аттестации (только для программ итоговой аттестации и дополнительных образовательных программ) | | | | | | |
| ОСНОВНАЯ ТРАЕКТОРИЯ | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| очная форма обучения | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Семестр 6 | | | | | | | | | | | | зачет | | | | | | |

2.2. Структура и содержание учебных занятий

Основной курс Основная траектория Очная форма обучения

Период обучения (модуль): Семестр 6

Пример формирования и заполнения таблицы

| № п/п | Наименование темы (раздела, части) | Вид учебных занятий | Количество часов |
|-------|--|----------------------------|------------------|
| 1. | Разработка и управление проектами | лекции | 2 |
| | | семинары | 6 |
| | | по методическим материалам | 2 |
| 2. | Производство контента для проекта и работа с аудиторией. | семинары | 8 |
| 3. | Аналитика и эффективность проекта. | семинары | 8 |
| 4. | Контент-маркетинг, продвижение проекта. | семинары | 8 |

Раздел 3. Обеспечение учебных занятий

3.1. Методическое обеспечение

3.1.1 Методические указания по освоению дисциплины

Успешное освоение дисциплины предполагает работу в аудитории на семинарах, подготовку одного выступления на основе предложенной литературы, выполнение самостоятельной работы в конце курса, а также групповых заданий в рамках деловых игр.

3.1.2 Методическое обеспечение самостоятельной работы:

<http://jf.spbu.ru/stu/6972.html>

3.1.3. Методика проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации и критерии оценивания

1. Форма промежуточной аттестации – зачет

Форма проведения зачета – устная презентация выбранного из списка вопроса. Каждый обучающийся заранее (не позднее чем за неделю до проведения зачет) выбирает вопрос для подготовки. На зачете обучающийся защищает презентацию, отвечает на вопросы группы. Презентация обязательно включает в себя ссылки на научные исследования по теме, журналистские публикации по теме. Время проведения зачета – не менее 10 минут на каждого обучающегося.

2. Критерии оценивания на зачете (зачет / незачет)

Оценка «Зачет» ставится, если обучающийся выполнил все требования по подготовке презентации, ответил на вопросы, посетил более 50% занятий и отработал пропущенные занятия в виде эссе.

Оценка «Незачет» ставится, если обучающийся не выполнил требования по подготовке презентации, заимствовал чужие презентации, не ответил на вопросы, пропустил более 50% занятий или не отработал пропуски.

3. Требования к отвечающему на зачете:

Обучающийся обязан посетить не менее 50% занятий. В случае пропуска необходимо подготовить эссе по теме пропущенного занятия не позднее, чем через неделю после пропуска. Допускается написание не более 7 эссе в семестр.

3.1.4. Методические материалы для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (контрольно-измерительные материалы, оценочные средства)

Вопросы к зачету:

- 1) Разработка и управление проектами
- 2) Анализ рынка и поиск ниш
- 3) Составление бизнес-плана
- 4) Проектный менеджмент и процесс разработки
- 5) Журналистика в «кислотной среде».
- 6) Аналитика: как оценивать эффективность маркетинга. Маркетинговые метрики.
- 7) Аналитика: как оценивать эффективность контента. Редакционные метрики.
- 8) Управление вниманием и восприятием аудитории.
- 9) Режиссура материала.
- 10) Курирование пользовательского контента.
- 11) Менеджмент медиа.
- 12) Бизнес-модели и монетизация медиа.
- 13) Редакционная политика издания.
- 14) Инструментарий и навыки медиаменеджера.
- 15) Инструментарий и навыки журналиста.
- 16) Контент-маркетинг.
- 17) Мультиканальные-медиа
- 18) Корпоративное издание

3.1.5. Методические материалы для оценки обучающимися содержания и качества учебного процесса

Оценка обучающимися содержания и качества учебного процесса осуществляется в рамках ежегодного анкетирования обучающихся Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций» по всем дисциплинам текущего учебного года.

3.2. Кадровое обеспечение

3.2.1 Образование и (или) квалификация преподавателей и иных лиц, допущенных к проведению учебных занятий

К проведению занятий может быть допущен преподаватель, имеющий профильное образование и высокие квалификационные характеристики, подтвержденные соответствующими документами.

Требования к квалификации преподавателей могут быть изменены по решению Ученого совета Института «Высшая школа журналистики и массовых коммуникаций».

3.2.2 Обеспечение учебно-вспомогательным и (или) иным персоналом

Не предусмотрено.

3.3. Материально-техническое обеспечение

3.3.1 Характеристики аудиторий (помещений, мест) для проведения занятий

Количество оборудованных посадочных мест должно быть не менее количества слушателей в группе.

3.3.2 Характеристики аудиторного оборудования, в том числе неспециализированного компьютерного оборудования и программного обеспечения общего пользования

Проектор, компьютер, колонки.

Программное обеспечение общего пользования (Microsoft Office, Internet Explorer).

3.3.3 Характеристики специализированного оборудования

Не предусмотрено.

3.3.4 Характеристики специализированного программного обеспечения

Не предусмотрено.

3.3.5 Перечень и объёмы требуемых расходных материалов

Цветные фломастеры (1 комплект), губка.

3.4. Информационное обеспечение

3.4.1 Список обязательной литературы

1. Digital innovation for mass communication. Engaging the user : монография / Р. М. Lester. - New York : Routledge, 2014. - 272 с.
2. Ридер, подготовленный преподавателем курса.

3.4.2 Список дополнительной литературы

1. Варганова Е.Л. Экономика онлайн-СМИ. // Медиаэкономика зарубежных стран. Учебное пособие. - М., Аспект Пресс, 2003.
2. Елинер И. Г. Развитие мультимедийной культуры в современном обществе. СПб.: Искусство России, 2010.
3. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов, М. Кастельс, Д. Кульчицкая, Н. Лосева, М. Паркс, С. Паранько, О. Силантьева, Б. ван дер Хаак; под науч. ред. С. Балмаевой и М. Лукиной. — Екатеринбург: Гуманитарный университет, 2016.
4. Мирошниченко А. Форматы подачи и упаковки контента в условиях медиаконвергенции // Медиаконвергенция, которая изменила мир? - Сборник статей к открытой сессии по медиаконвергенции. Под ред. М.С. Корнева. – М., 2014.– С. 63-74

3.4.3. Перечень иных информационных источников

<http://www.library.spbu.ru/>

<http://jrnlst.ru/>

<http://mediatoolbox.ru/blog/>

4. Разработчики программы

Паранько Сергей Владимирович, директор по медийным экосистемам «ВКонтакте»

Нигматуллина Камилла Ренатовна, кандидат политических наук, кафедра периодической печати, 09.11.2017.