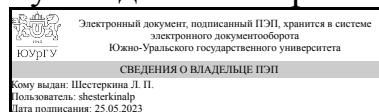


УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



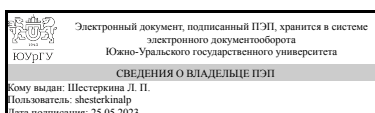
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.03 Создание и продвижение медиапроекта
для направления 42.04.02 Журналистика
уровень Магистратура
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

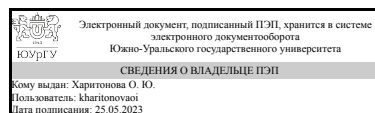
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 529

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.ист.н., доцент



О. Ю. Харитоновна

1. Цели и задачи дисциплины

является изучение методики создания медиапроекта, а также технологий медийного продвижения как эффективной формы современных коммуникаций. Задачами курса являются: - изучение основных этапов создания медиапроекта; - освоение методологии медийного продвижения; - изучение технологий медийного продвижения; - постижение основных направлений медийного бизнеса; - изучение конвергентной природы взаимодействия журналистики и пиар; - рассмотрение масс-медиа как особых технологий и институтов средств массовой коммуникации.

Краткое содержание дисциплины

Конвергентная природа взаимодействия журналистики и пиар. Маркетинговые технологии в Интернете-среде. Технологии медийного продвижения. Технологии и функциональная природа медийного бизнеса. Медиапрофессии, обеспечивающие медийное продвижение.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	Знает: особенности процесса медиапроектирования; специфику разработки медиапроекта, его основные этапы; методы и формы работы над современными медиапроектами. Умеет: применять методику проектирования при анализе и практической разработке тематического направления медиапроекта; создавать концепцию медиапроекта и пути ее реализации. Имеет практический опыт: разработки проекта в области медиа полного цикла; создания медиапроекта от идеи до реализации и продвижения; планирования медиапроекта с учетом современных реалий и возможных рисков.
ПК-4 Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики.	Знает: особенности организации проектной деятельности в медийной сфере; специфику проектной деятельности в медиасистемах; основные принципы, этапы и методы создания медиапроекта; технологии продвижения медиапроекта. Умеет: проводить многофакторный анализ перспектив запуска проекта в медийной сфере; разрабатывать все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач; составлять план действий по реализации проекта; организовывать работу по производству медиапродукта с использованием современных коммуникационных технологий для разработки и продвижения медиапроекта.

	Имеет практический опыт: создания медиапродукта с использованием современных технологий; разработки программы медиапроекта с учетом подбора команды проекта и приемами взаимодействия; владения навыками проектирования и продвижения медиапроекта.
--	---

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
1.Ф.05 Медиадизайн, 1.О.05 Медиарилейшнз	Не предусмотрены

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.О.05 Медиарилейшнз	Знает: специфику редакторской деятельности в разных типах СМИ и других медиа, основные принципы функционирования пресс-служб и современных медиа. , особенности культурных отличий деловых коммуникаций и особенностей профессиональной деятельности на различных национальных пространствах., теории и практики деятельности современной пресс-службы и PR-отдела, их роли в системе массовых коммуникаций, современных российских государственных пресс-служб; все этапы проекта: анализ, планирование, координирование, контроль и их специфику относительно жизненного цикла предмета проекта. Умеет: формулировать целевой репутационный образ организации/ компании/ персоны, создавать тексты рекламы и связей с общественностью любого уровня сложности с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта., Учитывать кросс-культурные факторы при разработке всех уровней коммуникаций с международными участниками проекта., создавать информационные поводы, анализировать роль различных каналов распространения информации для различных целей и задач; устанавливать связи с журналистами, организовывать мероприятия для журналистов и писать тексты для размещения в СМИ. Имеет практический опыт: создания сценарии для специальных событий и мероприятий с учетом специфики коммуникационных задач, интегрирования коммуникации для эффективной реализации коммуникационной стратегии., применения

	<p>разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия., организации пресс-мероприятий и оценки их эффективности; применения методов календарно-сетевое планирования, бюджетирования и оценки эффективности проекта.</p>
<p>1.Ф.05 Медиадизайн</p>	<p>Знает: основные форматы предоставления графического, видео и мультимедиа-материала на различных платформах, в различных медийных сферах; общие требования к современным визуальным коммуникациям; технологии сбора и анализа информации для разработки проектного задания., основные понятия и категории визуальных коммуникаций; методы анализа и оценки общих требований к современным визуальным коммуникациям; различные онлайн сервисы, электронные таблицы, графические; пакеты, языки разметки, средства создания мультимедийной и интерактивной графики, программные среды специфические особенности использования различных средств в медиадизайне. Умеет: вести творческое дизайн-проектирование в медиа от постановки задач через к проекту; осуществлять предпроектные исследования; обрабатывать и анализировать материалы; формировать задание на проектирование; использовать методы реализации проектов., использовать для целей создания, обработки и визуализации данных различные онлайн сервисы, программы, информационные технологии; разрабатывать, проектировать, моделировать, конструировать объекты и системы визуальных коммуникаций и медиадизайна; планировать и поэтапно реализовывать медиапроекты в разных цифровых средах. Имеет практический опыт: владения современными средствами и технологиями разработки визуальных коммуникаций и медиадизайна; оформления результатов дизайнерских проектов в медийной среде; организации рабочего пространства и работы в коллективе. , навыками эффективного использования различных инструментов, программ для сбора, обработки, анализа и визуализации данных при решении профессиональных задач; создания медиапродукта с использованием программных инструментов медиадизайна.</p>

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 2 з.е., 72 ч., 40,25 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам в часах
		Номер семестра
		4
Общая трудоёмкость дисциплины	72	72
<i>Аудиторные занятия:</i>	36	36
Лекции (Л)	12	12
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	24	24
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	31,75	31,75
проработка учебного материала, написание рефератов, подготовка к докладам, контрольной работе и к промежуточной аттестации.	31,75	31.75
Консультации и промежуточная аттестация	4,25	4,25
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	зачет

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Основные направления создания медиапроекта	12	4	8	0
2	Технологии продвижения медиапроекта	24	8	16	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Основные направления использования, мировые тенденции, опыт создания медиапроектов	4
2	2	Технологии медийного продвижения	4
3	2	Медийная реклама и креативный медиабизнес как способы медийного продвижения.	2
4	2	Медиапрофессии, обеспечивающие медийное продвижение.	2

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Базовые принципы создания медиапроектов.	2
2	1	Этапы и средства построения медиапродуктов.	2
3	1	Формирование контента медиапродукта, его разработка и дизайн программными средствами.	2
4	1	Технические и технологические аспекты создания медиапроектов.	2
5	2	Роль и функции GR-технологий в медийном бизнесе	2
6	2	Методика проведения спецмероприятий	2
7	2	Система методов редакционно-издательского маркетинга.	4

							ется в ПА
1	4	Текущий контроль	Работа на семинарских занятиях	1	24	К каждому семинару студент готовит письменное задание: конспект по обсуждаемым вопросам, заполняет таблицу по заданным параметрам. В ходе семинара студент принимает участие в обсуждении рассматриваемых вопросов в форме устных ответов и/или дополнений. Максимальная оценка за каждый семинар - 2 балла, из которых: 0.5 балла — за конспект; 0,5 балл — за заполненную таблицу; 0-1 балла — за устные ответы и дополнения.	зачет
2	4	Текущий контроль	Задание №1 по определенной теме (реферат и презентация)	1	30	Отлично 24–30 баллов: 1) Объем работы – не менее 20 страниц. Оформление соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит все базовые элементы. В первой главе есть ссылки на все цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование, выполненное на высоком уровне. 3) В презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); используются как вербальные, так и иконические материалы; текст выступления не дублирует, а дополняет презентацию. Хорошо 16–23 баллов: 1) Объем работы – не менее 15 страниц. Оформление соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит все базовые элементы. В первой главе есть ссылки не на все цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование, выполненное на хорошем уровне. 3) В презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); используются как вербальные, так и иконические материалы; текст выступления не дублирует, а дополняет презентацию. Удовлетворительно: 8–15 баллов 1) Объем работы – не менее 10 страниц. Оформление частично соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит не все базовые элементы. В первой главе есть ссылки не на все цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование, выполненное на среднем уровне. в презентации присутствуют базовые структурные элементы (введение, основная часть, выводы); 3) В презентации не используются иконические материалы; 4) текст	зачет

						<p>выступления дублирует, а не дополняет презентацию.</p> <p>Неудовлетворительно: 1-7 баллов 1) Объем работы – менее 10 страниц. Оформление не соответствует требованиям Стандарта ЮУрГУ; 2) Введение содержит не все базовые элементы. В первой главе отсутствуют ссылки на цитаты. Вторая глава – самостоятельное исследование. 3) Презентация отсутствует</p>	
3	4	Текущий контроль	Контрольная работа №1	1	6	<p>Контрольная работа представляет задания открытого типа, Каждый правильный ответ оценивается в 1 балл, неправильный ответ – 0 баллов. Время, отводимое на написание теста, составляет 30 минут.</p> <p>Отлично: правильные ответы 6 из 6</p> <p>Хорошо: 5-4 из 6 правильных ответов.</p> <p>Удовлетворительно: 3-2 из 6 правильных ответов.</p> <p>Неудовлетворительно: 1 и менее правильных ответов.</p>	зачет
4	4	Промежуточная аттестация	Зачет	-	40	<p>На зачете происходит оценивание учебной деятельности обучающихся по дисциплине на основе полученных оценок за контрольно-рейтинговые мероприятия текущего контроля и промежуточной аттестации. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179).</p> <p>Мероприятие промежуточной аттестации проводится в случае, если обучающийся имеет рейтинг по дисциплине с учетом текущего контроля менее 60 процентов, или желает повысить рейтинг.</p> <p>Текущий контроль по дисциплине с учетом всех контрольных мероприятий – 60 баллов (макс.)</p> <p>Промежуточный контроль – зачет – устный ответ по билетам (2 вопроса) – 40 баллов (макс.).</p> <p>Критерии оценивания:</p> <p>35-40 баллов – студент дает правильные ответы на все поставленные вопросы или допускаются 1-2 неточности;</p> <p>21-34 балла – студент ориентируется в учебном материале, но допускает ошибки, которые может исправить сам после замечания преподавателя;</p>	зачет

					5-20 баллов – студент с трудом ориентируется в учебном материале, допускает большое количество ошибок, испытывает сложности с их исправлением. 0-4 балла – студент не может дать внятного ответа на поставленные вопросы, ответ представляет собой отрывочные сведения.	
--	--	--	--	--	--	--

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
зачет	Зачет по дисциплине "Создание и продвижение медиапроекта" выставляется на основе результатов текущей аттестации с учетом всех контрольных мероприятий. При выставлении оценки по дисциплине используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). В случае, если студент не согласен с итоговой оценкой по результатам текущей аттестации или решит улучшить показатели текущей успеваемости, ему предоставляется возможность выполнить задание промежуточной аттестации – пройти процедуру зачета в виде устного ответа на вопросы билета. На подготовку к ответу дается 30 минут. Преподаватель оценивает ответ студента и называет итоговый результат за ответ. Зачет выставляется от 40 баллов.	В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ			
		1	2	3	4
УК-2	Знает: особенности процесса медиапроектирования; специфику разработки медиапроекта, его основные этапы; методы и формы работы над современными медиапроектами.	+			++
УК-2	Умеет: применять методику проектирования при анализе и практической разработке тематического направления медиапроекта; создавать концепцию медиапроекта и пути ее реализации.	+			++
УК-2	Имеет практический опыт: разработки проекта в области медиа полного цикла; создания медиапроекта от идеи до реализации и продвижения; планирования медиапроекта с учетом современных реалий и возможных рисков.	+			++
ПК-4	Знает: особенности организации проектной деятельности в медийной сфере; специфику проектной деятельности в медиасистемах; основные принципы, этапы и методы создания медиапроекта; технологии продвижения медиапроекта.			+	+
ПК-4	Умеет: проводить многофакторный анализ перспектив запуска проекта в медийной сфере; разрабатывать все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач; составлять план действий по реализации проекта; организовывать работу по производству медиапродукта с использованием современных коммуникационных технологий для разработки			+	+

	и продвижения медиапроекта.				
ПК-4	Имеет практический опыт: создания медиапродукта с использованием современных технологий; разработки программы медиапроекта с учетом подбора команды проекта и приемами взаимодействия; владения навыками проектирования и продвижения медиапроекта.			+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. Беляев, В. И. Маркетинг : основы теории и практики [Текст] учеб. для вузов по специальности 060100 "Экономическая теория" В. И. Беляев. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2007. - 669 с.
2. Панкрухин, А. П. Маркетинг [Текст] учеб. для вузов по специальности 080111 "Маркетинг" А. П. Панкрухин; Гильдия маркетологов. - 5-е изд., стер. - М.: Омега-Л, 2007. - 654, [1] с.
3. Чумиков, А. Н. Коммуникационные кампании [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 156, [1] с. ил.
4. Чумиков, А. Н. Медиарилейшнз [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению "Реклама и связи с общественностью" А. Н. Чумиков. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 182, [2] с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Величко, В. В. Основы инфокоммуникационных технологий [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению 210400 - "Телекоммуникации" В. В. Величко, Г. П. Катунин, В. П. Шувалов ; под ред. В. П. Шувалова. - М.: Горячая линия-Телеком, 2009
2. Интернет-СМИ : Теория и практика [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности 030601 "Журналистика" А. О. Алексеева и др.; под ред. М. М. Лукиной. - М.: Аспект Пресс, 2010. - 346, [2] с. ил.
3. Медиасистема России [Текст] учеб. пособие для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др.; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект-Пресс, 2015. - 382, [2] с. ил.
4. Осипова, Л. В. Основы коммерческой деятельности [Текст] учеб. для вузов по спец. "Маркетинг" и "Коммерция" Л. В. Осипова ; Всерос. заоч. фин.-экон. ин-т. - М.: Банки и биржи: ЮНИТИ, 1997. - 323,[2] с.
5. Основы медиабизнеса [Текст] учеб. пособие для вузов по направлению 030600 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др. ; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 360 с. 22 см.
6. Основы медиабизнеса [Текст] учебник для вузов по направлению 030600 и специальности 030601 "Журналистика" Е. Л. Варганова и др.; под ред. Е. Л. Варгановой. - М.: Аспект Пресс, 2014. - 399, [1] с.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

Не предусмотрены

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Коммуникативные практики в современном медиапространстве: монография / сост. Л. П. Шестеркина. – Челябинск: Изд-во ЦИЦЕРО, 2014. – 176 с

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Коммуникативные практики в современном медиапространстве: монография / сост. Л. П. Шестеркина. – Челябинск: Изд-во ЦИЦЕРО, 2014. – 176 с

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Дополнительная литература	Учебно-методические материалы кафедры	Интегрированные коммуникации в новых медиа : монография / под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2016. – 211 с. https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2020/01/Интегрированные-коммуникации-в-новых-медиа-текст.pdf
2	Дополнительная литература	Учебно-методические материалы кафедры	Универсальная журналистика: опыт проектного обучения: учебное пособие / под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2018. – 164 с. https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2019/12/Универсальная-журналистика-опыт-пректного-обучения.pdf

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Microsoft-Office(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных rolpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Практические занятия и семинары	454 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2 шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Гумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
Лекции	454 (1)	Материально-техническое обеспечение: 1. Компьютер с выходом в Интернет и доступом в информационно-образовательную среду университета – 1 шт. 2. Мышь – 1 шт. 3. Клавиатура – 1 шт. 4. Монитор – 2

	шт. Имущество: 1. Парта ученическая – 44 шт. 2. Стол преподавателя – 1 шт. 3. Стул – 86 шт. 4. Тумбочка – 1 шт. 5. Доска – 1 шт. Демонстрационное оборудование: 1. Мультимедийный информационный комплекс –1 шт. 2. Проектор –1 шт. 3. Экран –1 шт. 4. Колонки – 2 шт.
--	--