

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Костромской государственный университет»
(КГУ)

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
РАЗРАБОТКА И РЕАЛИЗАЦИЯ ПРОЕКТОВ В СФЕРЕ МЕДИА

Направление подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность: Медиакоммуникации и социальные технологии

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома
2024

Рабочая программа дисциплины Разработка и реализация проектов в сфере медиа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 527.

Разработал: Белякова Е.Н. зав. кафедрой медиакоммуникаций и туризма Т, к.филол.н., доцент

Рецензент: Сарафанов И.Д., главный редактор Интернет-портала ООО ИПО «Логос», генеральный директор АО «Взгляд» (44ТВ), член правления регионального отделения Союза журналистов Костромской области

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 2 от 17.10.2024 г.

1. Цель и задачи освоения дисциплины

Цель дисциплины:

Формирование и развитие практических навыков моделирования, реализации и управления проектами в сфере медиа.

Задачи дисциплины:

- формирование комплексного знания основ проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов;
- формирование и развитие умения создавать концепции медиапроектов;
- формирование навыков реализации концепции медиапроектов и управления проектами;
- профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов;

уметь:

создавать концепции медиапроектов;

предложить творческие решения в рамках реализации индивидуального и (или) коллективного медиапроекта;

владеть:

навыками реализации концепции медиапроектов и управления проектами;

освоить компетенцию:

ПК-2. Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации.

ПК-2.1. Знает основы проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов.

ПК-2.2. Умеет создавать концепции.

ПК-2.3. Владеет навыками реализации концепции медиапроектов.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Данная учебная дисциплина входит в раздел «Б.1. Часть, формируемая участниками образовательных отношений» ФГОС-3++ по направлению подготовки ВПО 42.03.05 – Медиакоммуникация. Она осваивается студентами в 7 семестре и непосредственно связана с 3-ей производственной профессионально-творческой практикой студентов, которую они проходят в 7-м семестре на базе различных медиа.

Курс «Разработка и реализация проектов в сфере медиа», являющийся важным звеном в системе профессиональной подготовки медиаспециалиста, дает целостное представление об особенностях создания, реализации медиапроектов и основных проблем, связанных с управлением проектами в медиасфере.

Курс осваивается в форме лекций, практических занятий и зачёта.

Изучение дисциплины основывается на ранее освоенных дисциплинах: Основы теории коммуникации, Основы медиакоммуникации, Система СМИ, Основы проектной деятельности, Социальные проекты в СМИ, учебной и двух производственных практик.

Изучение дисциплины является основой для освоения последующих дисциплин: Методология и методы социологического исследования, Методы исследования медиаконтента, преддипломной практики, государственной итоговой аттестации (подготовка и защита ВКР).

4. Объем дисциплины (модуля)

4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы

| | |
|---|--------------------|
| Виды учебной работы | Очная форма |
| Общая трудоемкость в зачетных единицах | 2 зачётных единицы |
| Общая трудоемкость в часах | 72 часа |
| Аудиторные занятия в часах | 48 часов |
| Лекции | 16 часов |
| Практические (лабораторные) занятия | 32 часа |
| Самостоятельная работа в часах | 23,75 часа |
| Вид итогового контроля (трудоемкость в зачетных единицах) | Зачёт: 0,25 |

4.2. Объем контактной работы

| | |
|----------------------|------------------|
| Виды учебных занятий | Количество часов |
| Лекции | 16 |
| Практические занятия | 32 |
| Лабораторные занятия | |
| Консультации | |
| Зачет/зачеты ИКР | 0,25 |
| Экзамен/экзамены | |
| Курсовые работы | |
| Всего | 48,25 |

5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

5.1 Тематический план учебной дисциплины

дисциплины

| № п/п | Наименование темы | Всего часов/ з.е. | Аудиторные занятия | | | Самост. работа |
|----------|---|----------------------|--------------------|--|----------|-------------------|
| | | | Лекции | | Пр. зан. | |
| 1 | Проекты в сфере медиа и медиапроектирование | 8 | 4 | | 4 | |

| | | | | | | | |
|---|---|--------------|---|----|--|----|-------|
| 2 | Разновидности медиапроектов | 10 | | 2 | | 4 | 4 |
| 3 | Управление проектами в медиа | 16 | | 4 | | 8 | 4 |
| 4 | Основные проблемы управления проектами в сфере медиа | 10 | | 2 | | 4 | 4 |
| 5 | Организация работы с целевой аудиторией в рамках медиапроекта | 16 | | 4 | | 8 | 4 |
| 6 | Подготовка и защита медиапроекта | 11,75(+0,25) | | | | 4 | 7,75 |
| | Итого: | 72 | 2 | 16 | | 32 | 23,75 |

5.2. Содержание

Тема 1. Проекты в сфере медиа и медиапроектирование

Современная медиасфера и ее характеристики. Отличительные особенности проектов в сфере медиа и медиапроектирования. Содержание и функции медиапроектирования. Структурные признаки медиапроекта. Особенности медиапроектирования в условиях мультиплатформенных СМИ. Сегментация аудитории проекта в зависимости от платформы медиа. Перенос «центра информационной тяжести» от одного вида медиа к другому. Медиапроектирование в современных социальных сетях. Особенности восприятия информации аудиторией социальных сетей. Эффект твиттера. Эффект коллективного редактора в социальных сетях.

Тема 2. Разновидности медиапроектов

Из истории медиапроектирования (медиапроекты печатных СМИ XVIII-XIXвв., медиапроекты зарубежных СМИ XXв., медиапроекты России и СССР XX-начала XXIвв.). Классификация медиапроектов по целям и функционалу (информационно-просветительские, социально-культурные, развлекательные и т.д.), по тематической направленности (исследовательский, творческий, игровой, информационный, культурологический, социальный), по формату (текстовый, видео, аудио, смешанный), по способу и сфере распространения (онлайн-проект, ТВ-проект, издательский проект, VK-проект, радиопроект, видеопроект и т.д.), по составу участников (индивидуальный авторский, коллективный, корпоративный и т.д.). Отличительные особенности современных медиапроектов (интерактивность, гипертекстуальность, мультимедийность, конвергенция). Особенности современной медийной сферы (быстротечность трендов и высокая конкуренция).

Тема 3. Управление проектами в медиа

Концепция и стратегия медиапроекта – работа с ключевыми понятиями. Комплексный подход в медиапроектировании. Определение целей проекта и разработка стратегии и тактики их достижения: анализ целевой аудитории, определение основных показателей успеха проекта, разработка плана действий. Методики и инструменты эффективного планирования и контроля. Методика управления проектами Agile (гибкий подход, частые итерации, обратная связь). Специализированные программы и сервисы (Trello, Asana, Jira и др.). Коммуникация и взаимодействие в команде.

Основные принципы и методы управления проектами в медиасфере: принцип анализа и планирования (анализ конкурентов, изучение рынка и выявление

потенциальных рисков, учет требования поисковой оптимизации при разработке плана проекта); принцип многофункциональности (в команду могут входить разработчики, дизайнеры, маркетологи, SEO-специалисты) и личной ответственности (каждый член команды должен быть ориентирован на достижение целей проекта и иметь определенные задачи и ответственность); принцип оптимизации при распределении ресурсов (каждому специалисту назначить определенные задачи и сроки выполнения, обеспечить необходимыми инструментами и ресурсами для их выполнения); принцип системного контроля и мониторинга. Поисковая оптимизация (SEO) как важный аспект управления проектами. Обновление инструментов и технологий как одно из важнейших условий современного медиапроектирования.

Тема 4. Основные проблемы управления проектами в сфере медиа

Проблема определения целевой аудитории. Проблема планирования оптимальной последовательности процесса проектной деятельности и составление план-графика социального проекта. Проблема недостаточной коммуникации между участниками проекта (в команду медиапроекта включены специалисты разных сфер и отраслей). Большое количество изменений и срывы сроков выполнения проекта в связи с быстро меняющейся природой медиаиндустрии или объективными изменениями в социуме. Проблема недостаточного управления ресурсами и бюджетом в связи с масштабностью медиапроектов.

Тема 5. Организация работы с целевой аудиторией в рамках медиапроекта

Соотнесение цели проекта и особенностей базовой аудитории медиа. Выделение референтных аудиторных групп. Формирование ключевых информационных зон медиапроекта. Формирование вне редакционного актива проекта и работа с ним. Организация обратной связи с аудиторией и отдельными целевыми группами в рамках медиапроекта. Обратная связь в рамках медиапроекта. Организация диалога различных аудиторных групп через медиа. Проведение мультиплатформенных информационных атак и марафонов в рамках медиапроекта. Организация флэш-мобов в рамках медиапроекта. Качественно-содержательные показатели в медиапроектировании. Контрольные замеры эффективности проекта.

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

по дисциплине

| № | Название раздела, темы | Методические рекомендации и задания | Форма контроля |
|---|---|--|--|
| 1 | Проекты в сфере медиа и медиапроектирование | | |
| 2 | Разновидности медиапроектов | Проанализировать существующие медиапроекты на региональном / федеральном уровне. Проанализировать возможности использования существующих медиа региона для реализации своего медиапроекта. | Практическое задание Индивидуальное задание |

| | | | |
|---|---|--|--|
| 3 | Управление проектами в медиа | Сформулировать проблему, актуальную для выделенной целевой аудитории. Определить основную и промежуточные цели проекта, разработать концепцию своего медиапроекта. Предложить план-график проекта. | Практическое задание Индивидуальное задание |
| 4 | Основные проблемы управления проектами в сфере медиа | Предложить варианты решения проблем определения целевой аудитории, планирования оптимальной последовательности процесса, недостаточной коммуникации между участниками и недостаточного управления ресурсами и бюджетом в рамках своего проекта | Практическое задание Индивидуальное задание |
| 5 | Организация работы с целевой аудиторией в рамках медиапроекта | Проанализировать возможности использования/создания лидеров общественного мнения для трансляции идей проекта. Сформировать группу для работы с аудиторией. Подготовить организационно-технические условия для диалога с аудиторией с использованием традиционных и современных средств обратной связи. Предложить варианты использования существующих интернет-площадок для достижения основной/вспомогательных/промежуточных целей проекта. | Практическое задание Индивидуальное задание |
| 6 | Подготовка и защита медиапроекта | Реализовать защитить проект по утвержденной тематике | Индивидуальное задание |

Методические рекомендации студентам, изучающим дисциплину «Разработка и реализация проектов в сфере медиа»

Студенту настоятельно рекомендуется посещать лекции ввиду ограниченного количества литературы по данной тематике, постоянного обновления содержания лекций, большого объема наглядного и демонстрационного материала. За пропущенные лекции студент должен отчитаться перед преподавателем, представив обзор материалов современных медиа по пропущенной тематике.

Самостоятельная работа студента складывается из изучения материалов лекций, материалов медиа и рекомендуемой литературы, подготовки аналитических исследований и творческих работ.

По итогам освоения дисциплины проводится защита творческой работы (модели собственного медиапроекта). Защита проводится публично с последующим обсуждением представленной работы.

6.2. Тематика и задания для практических занятий (при наличии)

Практические занятия по дисциплине предполагают непосредственное создание и обсуждение концепций медиапроектов и медиаматериалов, отвечающих целям и задачам самостоятельно разработанного группового или индивидуального медиапроекта.

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

а) основная:

Мультимедийные технологии СМИ. Учебное пособие кафедры журналистики ННГУ им. Н.И. Лобачевского / Н.О. Автаева, В.А. Бейненсон, К.А. Болдина, А.Л. Коданина, О.Н. Савинова. – Нижний Новгород: Изд-во ННГУ, 2020. – 171 с.

Боронина, Л.Н. Основы управления проектами. Учебное пособие / Л.Н. Боронина, З.В. Сенук. — 2-е изд. — Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2016, - 134с.

Прикладное медиапроектирование Учебно-методическое пособие / сост. А.И. Анохин, С.Р. Мухамадуллин, Л.Г. Толчинский. – Казань: Казан. ун-т, 2024. – 77 с.

Технологические основы социально-культурной деятельности : учебно-методический комплекс / Министерство культуры Российской Федерации, ФГБОУ ВПО "Кемеровский государственный университет культуры и искусств", Институт социально-культурных технологий, Кафедра социально-культурной деятельности и др. - Кемерово : Кемеровский государственный университет культуры и искусств, 2012.

Ткаченко, Н.В. Креативная реклама: технологии проектирования : учебное пособие / Н.В. Ткаченко, О.Н. Ткаченко ; под ред. Л.М. Дмитриевой. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 336 с. - (Азбука рекламы). - ISBN 978-5-238-01568-2 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114422>

б) дополнительная:

Вартанова, Е.Л. Теория медиа: отечественный дискурс // Издательство Московского университета. — 2019.

Как развивать успешный медиапроект. Советы от главного редактора Russia Beyond // Pressfeed.журнал, 2020. — 1 декабря. [Электронный ресурс]. URL: <https://news.pressfeed.ru/russia-beyond/> (дата обращения: 01.10.2024).

Плотинский Ю.М. Модели социальных процессов: Учеб. Пособие.-М.: Логос, 2001

Социальное проектирование в эпоху культурных трансформаций / под ред. В.М. Розина. - Москва : ИФ РАН, 2008. - 268 с. - ISBN 978-5-9540-0105-1 ; То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=64078>

Социокультурное проектирование инновационной творческой среды : монография / А. И. Бочкарев, Т. С. Бочкарева ; под науч. ред. А. И. Субетто ; М-во образования и науки РФ, Федеральное гос. бюджетное образовательное учреждение высш. проф. образования "Поволжский гос. ун-т сервиса" (ФГБОУ ВПО "ПВГУС"). - Тольятти : ПВГУС, 2012

8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

ЭБС «Университетская библиотека online»

9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

| Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы | Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа |
|--|---|---|
| Учебный корпус «В 1», ауд. № 47 | Оборудование: доска интерактивная и комплект установки ScreenMedia M-80 – 1 шт., проектор с потолочным креплением BenQProjector MX507 – 1 шт., блок системный DEPO Neos 280, 4-16 - 1 шт., монитор Beng DL2020, DL2020, 4-16 - 1 шт., экран для проектора. | Лицензионное программное обеспечение не используется |