

Учебная дисциплина «Управление медиапроектами» относится к обязательной части блока Б.1 рабочего учебного плана подготовки бакалавров по направлению 42.03.01 Реклама и связи с общественностью. Данная учебная дисциплина систематизирует знания, умения и навыки, полученные в процессе изучения предшествующего курса «Менеджмент в массмедиа».

Данная дисциплина является предшествующей для курсов «Организация и проведение коммуникационной кампании», «Реклама в сфере применения», «Организационно-творческой производственной практики».

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями) и индикаторами их достижения:

Код	Название компетенции	Код(ы)	Индикатор(ы)	Планируемые результаты обучения
УК-2	Способен определять круг задач в рамках поставленной цели и выбирать оптимальные способы их решения, исходя из действующих правовых норм, имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.4	Формулирует конкретную, специфичную, измеримую во времени и пространстве цель, а также определяет дорожную карту движения к цели, исходя из имеющихся ресурсов и ограничений	Знать: принципы и методы планирования и организации специальных событий и мероприятий. Уметь: создавать основы сценариев специальных событий и мероприятий в рамках реализации коммуникационной стратегии Владеть: навыками тактического планирования специальных событий и мероприятий
		УК-2.5	Составляет иерархическую структуру работ, распределяет по задачам финансовые и трудовые ресурсы.	Знать: методы управления проектом. Уметь: оценивать временные затраты участников команды для выполнения заданий, делегировать задачи, составлять график работ, отслеживать выполнение задач и оценивать их. Владеть: навыками формирования технических требований при создании информационного и программного продукта, создавать технические задания и планы работы для реализации проекта.
		УК - 2.6	Оценивает эффективность результатов проекта	Знать: методы оценки эффективности проектов Уметь: анализировать данные систем мониторинга проекта. Владеть: навыками анализа параметров эффективности проектов.
ОПК-4	Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности	ОПК-4.2	Использует основные инструменты поиска информации о текущих запросах и потребностях целевых аудиторий / групп общественности, учитывает основные характеристики целевой аудитории при создании текстов рекламы и	знать: основные принципы структурирования аудитории уметь: применять данные социологических и маркетинговых исследований для выявления узких потребностей отдельных целевых групп владеть: навыками адаптации текстов рекламы и связей с общественностью к запросам и потребностям отдельных целевых групп

			связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	
ПК-1	Способен участвовать в реализации коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий	ПК-1.2	Готовит основные документы по сопровождению проекта в сфере рекламы и (или) связей с общественностью	Знать: основные виды и элементы проектов. Уметь: разрабатывать основные документы проекта. Владеть: навыками формирования технических требований к работе творческого коллектива, демонстрирует способность создавать технические задания и планы работы для реализации проекта

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час. — 3 ЗЕТ / 108 часов.

Форма промежуточной аттестации: зачет с оценкой

13. Трудоемкость по видам учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость	
		Всего	По семестрам
			6 семестр
Контактная работа		48	48
в том числе:	лекции	16	16
	практические	32	32
	лабораторные	0	0
	курсовая работа	0	0
Самостоятельная работа		60	60
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой		0	0
Итого:		108	108

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины	Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК *
1. Лекции			
1.1	Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов	"Искусство новых медиа", "электронное искусство", "цифровое искусство". Видеоарт, саундарт, медиаинсталляция, медиаперформанс, медиаландшафт.	-
1.2	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	Современные концепции управления проектом. SWOT-анализ, метрики управления качеством, Six Sigma, кайдзен, Lean и др. методики.	-
1.3	Медиапроект и медиапродукт.	Типы медиапроектов социальной направленности. Понятие о локальном и гиперлокальном проектах.	-
1.4	Идея и план медиапроекта	Понятие о медиапроектной заявке и бизнесплане медиапроекта. Коммуникации как стратегическая основа создания медиапроекта.	-

1.5	Этапы проектирования медиапроекта	Моделирование цели медиапроекта по SMART. Планирование, исполнение, мониторинг и контроль.	-
2. Практические занятия			
2.1	Идея и план медиапроекта	Создание заявки сетевого локального проекта	-
2.2	Этапы проектирования медиапроекта	Создание сценария медиапроекта. Разработка контента проекта.	
2.3	Запуск локального медиапроекта	Анализ функциональности проекта. Оценка восприятия целевой аудиторией. План корректировок	
3. Лабораторные занятия			
3.1	-	-	

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/п	Наименование раздела дисциплины	Виды занятий (часов)			
		Лекции	Практические	Самостоятельная работа	Всего
1	Медиапроект как вид медиаискусства. Виды медиапроектов	2	0	8	10
2	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	2	0	8	10
3	Медиапроект и медиапродукт.	2	0	8	10
4	Идея и план медиапроекта	4	6	10	20
5	Этапы проектирования медиапроекта	4	20	16	40
6	Запуск локального медиапроекта	2	6	10	18
	Итого:	16	32	60	108

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа во время аудиторных занятий направлена на выполнение контрольной и стимулирующей функции.

Выполнение контрольных заданий в виде тестов позволяет оценить уровень освоения студентами материалов курса.

Решение ситуационных задач позволяет обучить студентов навыкам эффективного использования методов творческого мышления, оценить умение студентов применять на практике теоретические знания. В данном случае группа студентов занимается решением проблемы, основанной на реальной информации, например, разработкой реальных брифов рекламных агентств.

Внеаудиторная самостоятельная работа:

Закрепление и углубление изученного материала (работа с учебными пособиями с последующим выполнением контрольных заданий);

Изучение актуальной информации по заданным темам с последующей подготовкой творческого задания (студенты учатся использовать информацию из профессиональных СМИ и электронных источников.

Проективный метод (привлечение внешних организаций для презентации проблемной ситуации и выполнения части контрольно-консультационных функций).

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
1	Реклама и связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие для студентов вузов / [Е.В. Маслова и др.]; Воронеж. гос. ун-т. – Воронеж: Издательский дом ВГУ, 2015. – 370 с.

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
2	Калмыков, А.А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва : Юнити, 2015. – 383 с. Режим доступа: URL:

	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712
3	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761 .
4	Шпаковский В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама : учебное пособие / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. – Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
5	ЭБС Издательства "Лань"
6	Университетская библиотека online

16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы (учебно-методические рекомендации, пособия, задачки, методические указания по выполнению практических (контрольных), курсовых работ и др.)

№ п/п	Источник
1	Калмыков, А.А. Интернет-журналистика : учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. – Москва : Юнити, 2015. – 383 с. Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712
2	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. Режим доступа: URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761 .

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), семинарские занятия (проблемные, дискуссионные и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

№ п/п	Наименование раздела дисциплины (модуля)	Компетенция(и)	Индикатор(ы) достижения компетенции	Оценочные средства
1.	Стандарты медиапроектного менеджмента за рубежом и в России	УК-2	УК - 2.6	Реферат
2.	Медиапроект и медиапродукт.	УК-2	УК - 2.4	Контрольная работа № 1
3.	Идея и план медиапроекта	ОПК-4	ОПК-4.2	
4.	Этапы проектирования медиапроекта	УК-2	УК-2.5	Практическое задание № 1
5.	Запуск локального медиапроекта	ПК-1	ПК-1.2	Проект
Промежуточная аттестация форма контроля – зачет с оценкой				Перечень вопросов к зачету

20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания

20.1 Текущий контроль успеваемости

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

1. Реферат
2. Контрольная работа
3. Практическое задание
4. Проект

Реферат

1. Исследования до старта медиапроекта.
2. Постановка цели медиапроекта. Анализ рисков.
3. Команда медиапроекта.
4. Медиапроект и медиапродукт. Встраивание медиапроекта в структуру компании.
5. Линейная, штабная, матричная организация медиапроекта.
6. Бюджетирование медиапроекта.
7. Моделирование эффективного медиапродукта.
8. Медиапродукт, «который продает себя сам».
9. Продвижение медиапродукта.

Контрольная работа № 1

Разработать заявку на реализацию сетевого локального медиапроекта. Проектная заявка должна состоять из следующих обязательных частей:

1. Исследование рыночного поля с позиций реализации локального медипроекта.
2. Целевая аудитория.

3. Цель медиапроекта.
4. Этапы (результаты).
5. Анализ рисков и пути их преодоления.
6. Бюджет.
7. Ограничения проекта.
8. Проектная команда

Практическое задание № 1

1. В соответствии с концепцией сетевого локального проекта группе студентов необходимо создать видео-, аудио-, фото- медиапродукты, которые впоследствии должны войти в структуру медиапроекта. Должно быть создано не менее 10 медиапродуктов визуального ряда.

2. В соответствии с концепцией сетевого локального проекта группе студентов необходимо создать текстовый контент, который впоследствии должен войти в структуру медиапроекта. Текстовый контент может быть написан в различных жанрах (не менее 5 материалов).

Проект

Презентация концепции локального медиапроекта с демонстрацией его функционирующей модели.

20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

Собеседование по билетам к зачету

Перечень вопросов к зачету:

1. Основные понятия проектного менеджмента
2. Классификация медиапроектов
3. Методологические аспекты управления медиапроектами
4. Формирование замысла (идеи) медиапроекта
5. Разработка концепции проекта.
6. Планирование необходимых ресурсов. Смета проекта
7. Основные требования к проектам. Обеспечение качества проекта.
8. Цели, назначение и виды планов в управлении проектами.
9. Структуризация проектов
10. Функции и подсистемы управления проектами
11. Методы управления проектами
12. Участники проектной команды.
13. Управление коммуникациями проекта
14. Правовые аспекты управления проектами

Зачет проводится в форме устного опроса по билетам, с предварительной подготовкой на листе ответов. В билете содержится 2 теоретических вопроса.

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

Критерии оценивания компетенций	Уровень сформированности компетенций	Шкала оценок
---------------------------------	--------------------------------------	--------------

<p>Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям. Продемонстрировано знание принципов и методов создания медиапроектов, умение планировать и организовывать их.</p>	<p>Повышенный уровень</p>	<p>Отлично</p>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы. Недостаточно продемонстрировано понимание принципов и методов создания медиапроектов или содержатся отдельные пробелы.</p>	<p>Базовый уровень</p>	<p>Хорошо</p>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Демонстрирует частичные знания принципов и методов создания медиапроектов, допускает существенные ошибки при их планировании и организации.</p>	<p>Пороговый уровень</p>	<p>Удовлетворительно</p>
<p>Обучающийся демонстрирует отрывочные, фрагментарные знания, допускает грубые ошибки.</p>	<p>–</p>	<p>Неудовлетворительно</p>