



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации

ИВАНОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

ОДОБРЕНО:

Руководитель ОП

(подпись) Д. Л. Лакербай

« 29 » августа 20 17 г.

Рабочая программа дисциплины

«Медиапроектирование»

Уровень высшего образования:	магистратура
Квалификация выпускника:	магистр
Направление подготовки:	42.04.02 Журналистика
Направленность (профиль) образовательной программы:	(Массовое медиаобразование)
Тип образовательной программы:	программа академической магистратуры

Иваново, 2017



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

1. Цели освоения дисциплины (модуля)

Курс имеет целью получение студентами знаний в сфере функционирования и развития средств массовой информации, что детерминировано бурным развитием массово-информационной деятельности современного общества. В процессе усложнения журналистики и возрастания ее общественной роли формируются новые требования к системе подготовки журналистов в вузах. Одно из них – получение опыта деятельности в области медиапроектирования, то есть создания медийного продукта, обладающего креативной концепцией и стратегией продвижения.

Курс позволяет студентам познакомиться с методами генерирования креативных идей (в том числе и для стартапов), различными подходами к оценке эффективности медиапроектов, стратегиями продвижения медийных продуктов.

2. Место дисциплины в структуре ООП

Дисциплина «Медиапроектирование» относится к профессиональному модулю, вариативной его части. Её изучение основывается на имеющихся у студентов входных знаниях, касающихся сущности и специфики системы массовой коммуникации в целом и рекламы и связей с общественностью (СО) как видов информационно-коммуникативной деятельности, полученных из предшествующих коммуникативных дисциплин, изучаемых на бакалавриате. Дисциплина опирается на курсы дисциплин, которые являются основополагающими в образовательных программах бакалавриата, и, в свою очередь, сопутствует изучению таких значимых в системе магистратуры дисциплин, как «Современные теории массовой коммуникации», «Отечественная медиасистема», «Просветительство и журналистика» и др. Постигание дисциплины «Медиапроектирование» соотносится также с овладением теоретико-методологическим базисом дисциплин общенаучного и профессионального циклов данной образовательной программы: «Медиаэкономика», «Правовые и этические вопросы журналистики», «Компьютерные технологии в журналистике и образовании», «Проектирование образовательного процесса», «Блогосфера» и др.

К началу изучения данной дисциплины студент должен подходить, обладая следующими знаниями, умениями и компетенциями: **знать** современные концепции массовой коммуникации, специфику медиатекста, его содержательное и структурно-композиционное своеобразие, основные характеристики качественного медиатекста, методы и технологию подготовки медиапродукта в разных знаковых системах; **уметь** базироваться на этих знаниях в своей учебной и профессиональной работе, опираться на использование теоретических знаний в процессе освоения других аспектов журналистской работы, **владеть** навыками работы с комплексом современных компьютерных программ, необходимых для создания, разработки и продвижения медиапроекта.

Курс «Медиапроектирование» расширяет представление обучающихся о коммуникативной системе общества, видах, типах СМИ, способствует более глубокому пониманию факторов и методов эффективной реализации оригинального медиапроекта. Данный курс является одним из базовых для изучения вопросов практической значимости, связанных с различными аспектами дальнейшего освоения профессии, а также для профессионально-творческих практикумов и осуществления коммуникативной деятельности в профессиональной сфере.

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине.

3.1. Компетенции, формированию которых способствует дисциплина

Курс «Медиапроектирование» формирует готовность осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

стратегией развития СМИ, медийных проектов (ПК-3), способность осуществлять разработку концепции медиапроекта на базе знания современных принципов и методов медиапроектирования и медиамоделирования (ПК-7).

Что должны знать к этому моменту

3.2. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю), соотнесенные с формируемыми компетенциями.

В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен:

знать

- технологию разработки медиапроекта;
- особенности индивидуально-творческой (авторской) журналистской работы, ее задачи и методы, технологии и техническое сопровождение;
- базовые принципы разработки и коррекции концепции, модели издания;
- цели и задачи, а также базовые методики реализации медиапроекта, продвижения медиапродукта на информационном рынке;
- принципы текущего планирования медийной работы;
- основные организационные формы творческих коллективов, обязанности их членов;
- основные концепции создания профессионального и любительского медиапроекта;
- особенности журналистской работы, ее задачи и методы, технологии и техническое сопровождение;
- аудиторию своего СМИ, ее потребности, интересы и мотивы;
- базовые принципы разработки и коррекции концепции, модели издания;

уметь:

- корректировать замысел и формы реализации проекта в соответствии с новой информацией и изменившейся общественной ситуацией;
- опираться на творческий потенциал коллектива, видеть возможности, нацеленность, мотивацию редакции;
- моделировать поведение основных субъектов современной рыночной экономики в процессе продвижения медиапродукта на информационном рынке;
- контактировать с руководителями и партнерами разного типа;
- моделировать собственное профессиональное поведение;
- находить злободневные темы, необходимые для разработки эффективных медиапроектов;
- корректировать замысел и формы реализации проекта в соответствии с новой информацией и изменившейся общественной ситуацией;
- анализировать и использовать медиаметрические и другие данные об аудитории, работать с социологической информацией, использовать ее в профессиональной сфере;
- опираться на творческий потенциал коллектива, видеть возможности, нацеленность, мотивацию редакции, руководить любительскими СМИ;

владеть:

- приемами и методами причинно-следственного, прогностического, оценочного анализа событий, процессов, ситуаций, явлений в различных сферах жизни общества, необходимыми в процессе творческой журналистской деятельности;
- первичными навыками проектного мышления;
- организационными способностями;
- приемами психологической саморегуляции в конфликтных ситуациях;
- приемами и методами причинно-следственного, прогностического, оценочного анализа событий, процессов, ситуаций, явлений в различных сферах жизни общества, необходимыми в процессе творческой журналистской деятельности;
- устойчивыми навыками проектного мышления;



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

– технологиями и методиками моделирования изданий.

4. Объем и содержание дисциплины

Объем дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очной форме обучения)		Формы текущего контроля успеваемости (по очной форме обучения) Формы промежуточной аттестации
			Занятия лекционного типа	Занятия семинарского типа	
	Вводный. Основные понятия медиапроектирования	3		2	
	Успешные медиапроекты в современном медиaprостранстве	3		4	
	Приемы генерирования идей	3		2	
	Печатный сектор на медиарынке. Особенности проектирования печатного издания	3		4	Письменная работа
	Телевизионный сектор на медиарынке. Особенности проектирования телевизионного продукта.	3		4	Письменная работа
	Радийный сектор на медиарынке. Проектирование радиального продукта	3		2	Письменная работа
	Рынок онлайн-СМИ. Разработка интернет-проекта	3		4	Письменная работа
	Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Управление медиапроектом.	3		2	
	Стратегии продвижения медиапроектов	3		4	Проектная деятельность
	Защита медиапроектов	3		4	Защита медиапроектов
					Зачет
Итого за семестр:				32	

/п	Разделы (темы) дисциплины	Семестр	Виды занятий, их объем (в ак. часах, по очно-заочной форме обучения)	Формы текущего контроля успеваемости (по заочной)
----	---------------------------	---------	--	---



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

			За нятия лекцион- ного типа	Занятия семинар-ского типа	форме обучения) Формы промежуточной аттестации
	Вводный. Основные понятия медиапроектирования. Успешные медиапроекты в современном медиaprостранстве	4		2	
	Приемы генерирования идей	4		2	
	Печатный сектор на медиарынке. Особенности проектирования печатного издания	4		2	
	Телевизионный сектор на медиарынке. Особенности проектирования телевизионного продукта. Радийный сектор на медиарынке. Проектирование радиийного продукта	4		2	Письменная работа
	Рынок онлайн-овых СМИ. Разработка интернет-проекта	4		2	Письменная работа
	Стратегии продвижения медиапроектов. Защита медиапроектов	4		2	Проектная деятельность
					Зачет
Итого за семестр:				12	

•4.2. Развернутое описание содержания учебного материала по разделам (темам)

Основные понятия медиапроектирования

Понятия «СМИ» и «медиа». Понятия «медиапродукт», «медианоситель», «медиаканал». Жизненный цикл медиапродукта (генерация, агрегация, дистрибуция, консумация). Цепочка создания ценности в медиаиндустрии. Материальные и нематериальные ресурсы в производстве СМИ. Понятия «медиасистема», «медиарынок», «медиакомпания», «медиакапитал». СМИ и индустрия свободного времени. СМИ и индустрия развлечений. СМИ и культурная индустрия.

Успешные медиапроекты в современном медиaprостранстве. Национальные, региональные и местные СМИ. СМИ как сдвоенный рынок товаров и услуг. Старые и новые СМИ. Конвергенция и мультимедиа. Понятие «ниши» на рынке СМИ. Формы и методы современного медиапроекта. Специфика современного медиапроекта.

Приемы генерирования идей. Мозговой штурм. Метод гирлянд ассоциаций и метафор. Методика слома стереотипа.



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Печатный сектор на медиарынке. Проектирование печатного издания. Обзор рынка по различным критериям. Спираль тиража. Зонтичная конкуренция Особенности газетной индустрии. Структура газетного рынка. Ежедневники и еженедельники. Качественные и массовые газеты. Общенациональные и региональные газеты. Аудитория газет и традиции чтения. Особенности журнальной индустрии. Структура журнального рынка. Сегмент глянцевого журналов. Сегмент специализированных журналов (B2B, B2C, B2P). Аудитория журналов и традиции чтения. Крупнейшие издательские дома России и зарубежных стран. Полиграфические мощности. Тираж печатных изданий. Подписка и розничная реализация. Дистрибуция печатных изданий. Рынок книгоиздания.

Телевизионный сектор на медиарынке. Проектирование телевизионного продукта. Виды телекомпаний и телеканалов. Аудитория телевидения и традиции телесмотрения. Технологии распространения бесплатного эфирного ТВ. Платное кабельное и спутниковое ТВ. Ведущие телекомпании России и зарубежных стран. Рынок вещания и рынок производства контента. Рынок кино. Виды телевизионных программ и типы программирования. Спираль снижения доходности.

Радийный сектор на медиарынке. Проектирование радиодинамического продукта. Форматы радиостанций и типы программирования. Аудитория радио и традиции радиослушания. Технологии радиовещания. Ведущие радиоконпании России и зарубежных стран. Рынок рекординга.

Рынок онлайн-СМИ. Разработка интернет-проекта. Интернет и сетевые технологии. «Новые медиа» и интерактивность. Ведущие интернет-компании России и зарубежных стран. Экономика мобильных медиа.

Бюджет медиапредприятия. Принципы размещения рекламы в СМИ. Управление медиапроектом. Структура рекламного рынка. Виды рекламных агентств. Ведущие рекламные агентства России и зарубежных стран. Распределение рекламных доходов между различными видами СМИ. Методы измерения аудитории СМИ. Медиаметрические организации. Основные показатели медиапланирования. Продакт плейсмент. Спонсорство. Интерактивные платные медиасервисы. Альтернативные (неформальные) источники финансирования медиainдустрии. Государственная поддержка СМИ.

Стратегии продвижения медиапроектов. Процесс продвижения проекта. Задачи продвижения медиапродукта. Специфика продвижения медиaproекта.

Защита медиапроектов. Аспекты взаимодействия основных субъектов современной рыночной экономики в области продвижения медиапродукта; особенности коллективной работы в редакциях, издательских домах, медиахолдингах; особенности планирования журналистской деятельности; стандартные этапы разработки локального авторского медиапроекта (постановка целей, определение задач и ресурсной базы, выбор темы, оформление заявки, сбор материала, его структурирование и т.д.). Обоснование формы для разработки конкретного медиапроекта; поиск информации с точки зрения оптимальной реализации замысла; соотнесение замысла медиапроекта с реальными возможностями конкретного СМИ; разработка стратегии продвижения медиапроекта.



5. Образовательные технологии, используемые при реализации дисциплины (модуля)

- При подготовке и в ходе проведения практических занятий используются следующие образовательные технологии: активные и интерактивные формы проведения занятий – деловые и ролевые игры, защиты групповых творческих проектов в сочетании с внеаудиторной работой с целью формирования и развития профессиональных навыков и компетенций обучающихся. При осуществлении образовательного процесса по дисциплине подразумевается использование таких информационных технологий, как мультимедийные презентации, использование ресурсов сети Интернет, графические редакторы.

- Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине: технологии смешанного обучения.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы магистрантов

Особенность занятий в магистратуре заключается в том числе и в значительном увеличении часов на самостоятельную работу. Успешное изучение курса «Медиапроектирование» во многом зависит от опыта предыдущей деятельности по коммуницированию в различных СМИ.

Во время самостоятельного изучения литературы рекомендуется выделять основные, узловые вопросы, которые характеризуют конкретную тему, и обязательно вести записи: конспекты, тезисы, делать выписки и для себя резюмировать выводы, чтобы затем, обобщая материалы, иметь возможность оценить полученный материал. При планировании самостоятельной работы необходимо использовать программу, планы практических занятий, материалы лекционного курса, список рекомендуемой литературы.

Полностью весь методический материал по обеспечению самостоятельной работы студентов приводится в Приложении 1 к РП

7. Характеристика оценочных средств для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине

ФОРМЫ ПРОМЕЖУТОЧНОГО КОНТРОЛЯ

Степень освоения магистрантами учебной дисциплины в ходе ее изучения определяется в процессе текущего и промежуточного контроля работы.

Текущая аттестация по дисциплине осуществляется путем опроса магистрантов на практических занятиях, в основном это выполнение заданий практической направленности, что может сопровождаться рефератами, докладами, сообщениями, презентациями; проверкой знаний в ходе собеседований.

Самостоятельная работа магистрантов должна обладать следующими признаками:

быть выполненной им лично или являться самостоятельно выполненной частью коллективной работы согласно заданию преподавателя;

представлять собой законченную разработку (законченный этап разработки), в которой раскрываются и анализируются актуальные проблемы по определённой теме и её отдельным аспектам (актуальные проблемы изучаемой дисциплины и соответствующей сферы практической деятельности);

демонстрировать достаточную компетентность автора в раскрываемых вопросах;

иметь учебную, научную и/или практическую направленность и значимость (если речь идет об учебно-исследовательской работе);



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

содержать определенные элементы новизны (если самостоятельная работа проведена в рамках научно-исследовательской работы).

Типовые варианты тем для самостоятельной работы, рефератов, докладов представлены в фонде оценочных средств (Приложение 2).

Итоговый контроль по дисциплине проводится в период сессии в форме экзамена. Ответ студента на экзамене оценивается одной из следующих оценок: «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно», которые выставляются по следующим критериям.

Оценки «отлично» заслуживает студент, обнаруживший всестороннее, систематическое и глубокое знание учебного материала, умеющий свободно выполнять задания, предусмотренные программой, усвоивший основную и знакомый с дополнительной литературой, рекомендованной кафедрой. Как правило, отличная оценка выставляется студентам, усвоившим взаимосвязь основных понятий курса, их значение для приобретаемой профессии, проявившим творческие способности в понимании, изложении и использовании учебного материала.

Оценка «хорошо» выставляется студентам, обнаружившим не совсем полное знание учебного материала, успешно выполняющим предусмотренные в программе задания, усвоившим основную литературу, рекомендованную кафедрой. Этой оценки, как правило, заслуживают студенты, демонстрирующие систематический характер знаний по дисциплине и способные к их самостоятельному пополнению и обновлению в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности.

На «удовлетворительно» оцениваются ответы студентов, показавших знание основного учебного материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и в предстоящей работе по профессии, справляющихся с выполнением заданий, предусмотренных программой. Как правило оценка «удовлетворительно» выставляется студентам, допустившим погрешности в ответе на экзамене и при выполнении экзаменационных заданий, не носящие принципиального характера, когда установлено, что студент обладает необходимыми знаниями для последующего устранения указанных погрешностей под руководством преподавателя.

Оценка «неудовлетворительно» выставляется студентам, обнаружившим пробелы в знаниях основного учебного материала, допускающим принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой заданий. Такой оценки заслуживают ответы студентов, носящие несистематизированный, отрывочный, поверхностный характер, когда студент не понимает существа излагаемых им вопросов, что свидетельствует о том, что студент не может дальше продолжать обучение или приступать к профессиональной деятельности без дополнительных занятий по соответствующей дисциплине.

8. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Основная литература

Бузин В. Н. Медиапланирование. Теория и практика. Учебное пособие - М.: Юнити-Дана, 2012. <http://www.biblioclub.ru/book/114785/>

Корконосенко С.Г. [Теория журналистики: моделирование и применение. Учебное пособие](http://www.biblioclub.ru/book/84983) - М.: Логос, 2010. <http://www.biblioclub.ru/book/84983>

Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%. М., 2007.
Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2006.



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2009.
Щепилова Г.Г. Реклама в экономической структуре СМИ. М., 2006.
Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Вартановой. М., 2006.

б) дополнительная литература

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2010. <http://www.biblioclub.ru/book/104042/>

Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
Засурский И.И. Реконструкция России: масс-медиа и политика в 90-е. М., 2001.
Романов А.А. Медиапланирование : учебно-практическое пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, Р.В. Каптюхин. - М. : Евразийский открытый институт, 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-374-00391-8 ;
То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Автор рабочей программы дисциплины: доцент, к. ф. н. Воробьева Е.А.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

« ____ » _____ 20__ г., протокол № ____

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С. Л. Страшнов

(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № ____ от « ____ » _____ 20__ г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С. Л. Страшнов

(подпись)



Основная профессиональная образовательная программа
42.04.02 Журналистика
(Массовое медиаобразование)

Назайкин А.Н. Медиапланирование на 100%. М., 2007.
Средства массовой информации России. / Под ред. Я.Н. Засурского. М., 2006.
Фомичева И.Д. Социология СМИ. М., 2009.
Щетилова Г.Г. Реклама в экономической структуре СМИ. М., 2006.
Энциклопедия мировой индустрии СМИ. / Под. ред. Е.Л. Вартановой. М., 2006.

б) дополнительная литература

Бакулев Г.П. Массовая коммуникация: Западные теории и концепции. Учебное пособие - М.: Аспект Пресс, 2010. <http://www.biblioclub.ru/book/104042/>
Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран. М., 2003.
Засурский И.И. Реконструкция России: масс-медиа и политика в 90-е. М., 2001.
Романов А.А. Медиапланирование : учебно-практическое пособие / А.А. Романов, Г.А. Васильев, Р.В. Каптюхин. - М. : Евразийский открытый институт, 2010. - 240 с. - ISBN 978-5-374-00391-8 ;
То же [Электронный ресурс]. - URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170>

Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

Система электронной поддержки образовательного процесса «Мой университет»
<https://uni.ivanovo.ac.ru>

Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» www.biblioclub.ru

Электронная библиотека ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru>

Электронный каталог НБ ИвГУ <http://lib.ivanovo.ac.ru/index.php/ek>

Программное обеспечение: операционная система Microsoft Windows, пакет офисных программ Microsoft Office и(или) LibreOffice, интернет-браузер Microsoft Edge и(или) Yandex Browser.

9. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Учебные аудитории для проведения занятий семинарского типа, консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации с комплектом специализированной учебной мебели и техническими средствами обучения;

Помещение для самостоятельной работы, оснащенное комплектом специализированной учебной мебели, компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в ЭИОС.

Автор рабочей программы дисциплины: доцент, к. ф. н. Воробьева Е.А.

Программа рассмотрена и утверждена на заседании кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью

« 29 » августа 2017 г., протокол № 1

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 11 от « 22 » мая 2018 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С. Л. Страшнов

(подпись)

Программа обновлена

протокол заседания кафедры № 10 от « 28 » мая 2019 г.

Согласовано:

Руководитель ОП _____ С. Л. Страшнов

(подпись)