

## Аннотация по дисциплине

### Б1.В.ДВ.5.2 МЕДИАПРОЕКТИРОВАНИЕ

**Объем трудоемкости ОФО:** 3 зачетные единицы (108 часа, из них – 24 часа аудиторной нагрузки, в том числе 24 часа работ лабораторного типа, 48 – СРС, 36 – контроль).

**Цель дисциплины** «Медиапроектирование» – дать студентам возможность в ходе осуществления учебных проектов овладеть технологиями и инструментами медиапроектирования. В процессе изучения дисциплины студенты приобретут знания об основных технологиях, инструментах, методах, применяемых в медиапроектировании. А также понимание того, каким образом используются инструменты медиапроектирования, каковы их функции и назначение. Дисциплина дает понимание специфики различных видов и типов инструментов медиапроектирования. Обучение ведет к наработке навыков выбора и использования инструментов, подстройки медиапроектов к особенностям медиасистемы, в которой они функционируют.

#### **Задачи дисциплины:**

- выработка системы знаний о месте проекта в парадигме медиарынка, о месте и значимости медиапроекта в структуре медикомпании и медиахолдинга;
- знакомство с организационными формами медиапроекта в структуре медиапредприятий;
- выработка навыков управления медиапроектной работой, презентации и защиты медиапроекта перед вышестоящими менеджерами;
- выработка навыков создания локального медиапроекта.

#### **Место дисциплины в структуре ООП ВО:**

Дисциплина Б1.В.ДВ.5.2 «Медиапроектирование» относится к вариативной части Блока 1 федерального государственного образовательного стандарта высшего профессионального образования по направлению подготовки 42.04.02 Журналистика. Дисциплина продолжает формирование профессиональных умений и навыков журналиста и аккумулирует знания, полученные в процессе изучения дисциплин «Компьютерные технологии в журналистике и научных исследованиях (включая технологии анализа и обработки данных)», «Современные теории массовой коммуникации». Она является промежуточным этапом в формировании и развитии компетенций, осваиваемых при изучении последующих дисциплин: «Современные медиасистемы», «Инновационные технологии в журналистике», «Технология работы журналиста в социальных медиа».

#### **Требования к уровню освоения дисциплины**

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
1.	ПК-2	готовность выполнять различные виды редакционной работы с целью	определение медиапроекта, их виды типы и характеристики; принципы и	создавать новые медиапродукты, анализировать и верифицировать информацию,	навыками написания бизнес-плана; навыками создания

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
		создания медийных проектов повышенной сложности.	методы медиапроектирования, методы анализа и верификации информации, необходимой для разработки медиапроектов, подходы к проектированию организационной структуры медиакомпаний, алгоритмы разработки новых видов и форматов медиапродукции.	необходимую для этого, проектировать организационные структуры медиапроектов, медикомпаний, их структурных подразделений, разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты.	фото-, видео-, текстового контента; подготовки сценария медиапроекта; технологией продвижения медиапроекта на рынке СМИ; методами и инструментами медиапроектирования, навыками в области творческой разработки медиапродуктов.
2.	ПК-3	готовность осуществлять организационные, координационные, контролирующие обязанности, текущее планирование в соответствии со стратегией развития СМИ, медийных проектов.	определение медиапроекта, их виды типы и характеристики; принципы и методы медиапроектирования, методы анализа и верификации информации, необходимой для разработки медиапроектов, подходы к проектированию организационной структуры медиакомпаний, алгоритмы разработки новых видов и форматов медиапродукции.	создавать новые медиапродукты, анализировать и верифицировать информацию, необходимую для этого, проектировать организационные структуры медиапроектов, медикомпаний, их структурных подразделений, разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты.	навыками написания бизнес-плана; навыками создания фото-, видео-, текстового контента; подготовки сценария медиапроекта; технологией продвижения медиапроекта на рынке СМИ; методами и инструментами медиапроектирования, навыками в области творческой

№ п.п.	Индекс компетенции	Содержание компетенции (или её части)	В результате изучения учебной дисциплины обучающиеся должны		
			знать	уметь	владеть
					разработки медиапродуктов.
3.	ПК-4	готовность выявлять и обосновывать актуальные проблемы для медиаисследований, самостоятельно их проводить, разрабатывать методологию, программы, методики, анализировать и презентовать результаты.	определение медиапроекта, их виды типы и характеристики; принципы и методы медиапроектирования, методы анализа и верификации информации, необходимой для разработки медиапроектов, подходы к проектированию организационной структуры медиакомпаний, алгоритмы разработки новых видов и форматов медиапродукции.	создавать новые медиапродукты, анализировать и верифицировать информацию, необходимую для этого, проектировать организационные структуры медиапроектов, медикомпаний, их структурных подразделений, разрабатывать новые форматы медиапродукции, производить творческие пилотные проекты.	навыками написания бизнес-плана; навыками создания фото-, видео-, текстового контента; подготовки сценария медиапроекта; технологией продвижения медиапроекта на рынке СМИ; методами и инструментами медиапроектирования, навыками в области творческой разработки медиапродуктов.

### Содержание и структура дисциплины (модуля)

Разделы дисциплины, изучаемые в 3 семестре (для студентов ОФО)

№	Наименование разделов	Количество часов				
		Всего	Аудиторная работа			Внеаудиторная работа
			Л	ПЗ	ЛР	

1	2	3	4	5	6	7
1.	Элементы и инструменты проектной деятельности	6			2	4
2.	Технологии отбора медиапроектов и предварительных исследований.	6			2	4
3.	Постановка цели и задач медиапроекта. Содержание проекта и способы его фиксации.	6			2	4
4.	Принципы и методы планирования медиапроекта.	6			2	4
5.	Анализ рисков и ограничений проекта.	6			2	4
6.	Технологии бюджетирования проекта.	6			2	4
7.	Создание организационной структуры медиапроекта.	6			2	4
8.	Моделирование продвижения и распространения медиапродукта.	6			2	4
9.	Запуск пилотной версии медиапроекта.	6			2	4
10.	Методы оценки эффективности проекта.	6			2	4
11.	Современные технологии проектирования печатных изданий.	6			2	4
12.	Современные технологии разработки телевизионных проектов.	6			2	4
	<i>Итого по дисциплине:</i>	72			24	48 (+36 контроль)

**Курсовые проекты или работы:** *не предусмотрены*

**Интерактивные образовательные технологии,** используемые в аудиторных занятиях: Лабораторные занятия – визуализация. активизация творческой деятельности.

**Вид аттестации:** экзамен.

#### **Основная литература**

1. Кириллова Н.Б. Медиалогия. М.: Академический проект, 2015.
2. Основы медиабизнеса: учебник / под ред. Е. Л. Вартановой. М.: Аспект Пресс, 2014. – 360 с.
3. Шкурко В. Е. Управление рисками проектов: учебное пособие / В. Е. Шкурко-Екатеринбург: Издательство Уральского университета, 2014. – 186 с.

**Авторы** – *Мороз Олег Николаевич*, д. филол. н, проф. кафедры публицистики и журналистского мастерства, факультета журналистики КубГУ.