

Образовательная автономная некоммерческая организация высшего образования
«Московская высшая школа социальных и экономических наук»
Факультет управления социокультурными проектами
Кафедра менеджмента и культурной политики

Утверждена
ученым советом ОАНО «МВШСЭН»
(в составе ОП ВО)
Протокол №55
от 27 августа 2019 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.05.02 Нишевые медиапроекты

(код, наименование дисциплины в соответствии с учебным планом)

38.04.02 Менеджмент

(код, наименование направления подготовки)

Управление проектами

(направленность (профиль))

Магистр

(квалификация)

Очная форма обучения

(форма (формы) обучения)

Год набора – 2020 г.

Москва, 2019 г.

Автор(ы)-составитель(и):

Кандидат философский наук, доцент	Менеджмента и культурной политики	Е.А. Сачкова
<i>(ученая степень и (или) ученое звание, должность)</i>	<i>(наименование кафедры)</i>	<i>(Ф.И.О.)</i>

Рабочая программа дисциплины (модуля) рассмотрена и утверждена на заседании выпускающей кафедры менеджмента и культурной политики

Протокол №6 от 24.10.2019

И.о. заведующего кафедрой

Менеджмента и культурной политики	Доктор экономических наук, профессор	А.А. Бессолицын
<i>(наименование кафедры)</i>	<i>(ученая степень и (или) ученое звание, должность)</i>	<i>(Ф.И.О.)</i>

Содержание

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю).....	4
2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО.....	5
3. Объем дисциплины (модуля).....	6
4. Содержание и структура дисциплины (модуля).....	6
5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю).....	8
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	12
7. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю).....	12
7.1. Типовые контрольные задания.....	12
7.2. Перечень формируемых компетенций.....	12
7.3. Методические материалы.....	15
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»....	15
8.1. Основная литература по дисциплине.....	15
8.2. Дополнительная литература.....	15
8.3. Нормативные и правовые документы.....	15
8.4. Интернет-ресурсы.....	16
8.5. Иные источники.....	16
9. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля).....	18

1. Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Целью дисциплины Б1.В.ДВ.05.02 «Нишевые медиапроекты» является формирование у обучающихся целостного представления о современных медиа, месте и роли современных медиа в продвижении и развитии проектов, особенностях продюсирования нишевых медиапроектов, а также предоставление прикладных методов управления медиапроектами в культурной сфере.

Задачи дисциплины:

- повысить уровень знаний обучающихся в области массовых коммуникаций, межкультурной коммуникации и культурной сфере с учетом актуальных теоретических моделей;
- дать обучающимся междисциплинарное видение возможностей, ограничений и динамики развития современных медиа, в том числе как инструмента управления социокультурными проектами;
- представить картину многообразия нишевых медиапроектов, а также сформулировать представление о специфике управления соответствующим креативным производством.

Дисциплина позволяет развивать и совершенствовать следующие навыки:

1. Концептуальное понимание разных прикладных подходов к управлению производством.
2. Творческое и оригинальное применение различных технологий и моделей менеджмента в современных креативных индустриях.
3. Творческое освоение исследовательских методов, позволяющих успешно интегрироваться в современные технологии.
4. Способность к самостоятельному режиму планирования, исследования и проектирования в сложной производственной ситуации.

Основной акцент в рамках дисциплины делается на понимании особенностей нишевых рынков, ориентированных на узкие потребительские аудитории. Современные культурные рынки также являются преимущественно нишевыми, поэтому понимание специфики функционирования нишевых рынков и умение управлять нишевыми проектами является важной компетенцией современного культурного менеджера.

Таблица 1.

Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)

Код компетенции	Содержание компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине (модулю)
ПК-1	способность управлять организациями, подразделениями, группами (командами) сотрудников, проектами и сетями	Знать: З1 - иметь представление о стратегиях формирования единого коммуникативно-информационного пространства;
		Уметь: У1 - идентифицировать и использовать ключевые проблемы культурных коммуникаций для решения проблем управления;
		Владеть: В1 – навыками планирования и создания нишевых медиапроектов

ПК-5	Владение методами экономического и стратегического анализа поведения экономических агентов и рынков в глобальной среде	Знать: З1 -подходы и особенности основных управленческих школ производства медиаконтента (Россия, США, Европа, Китай, Индия)
		Уметь: У1 –управлять организациями, группами (командами) сотрудников, проектами и (одноранговыми) инициативами;
		Владеть: В1– методами стратегического анализа и проектирования проектов в сфере медиа.
ПК-6	Способность обобщать и критически оценивать результаты исследований актуальных проблем управления, полученные отечественными и зарубежными исследователями	Знать: З1 – новые тенденции и подходы в области управления медиарынками, а также принципы инклюзии, релевантные современному менеджменту;
		Уметь: У1 - выявлять наиболее актуальные тенденции в управлении креативными коллективами, критически анализировать применяемые в мировой практике средства и методы работы с коллективами.
		Владеть: В1 –навыками разработки программ организационного развития и изменений и обеспечения их реализации, создания и продюсирования медиапроектов для нишевых рынков

2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП ВО

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Нишевые медиапроекты» является дисциплиной по выбору и относится к вариативной части профессиональных дисциплин программы подготовки по направлению 38.04.02 «Менеджмент» (уровень магистратуры), профиль «Управление проектами». Дисциплина «Нишевые проекты» изучается на 2 курсе, 4 семестре в соответствии с учебным планом.

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Нишевые медиапроекты» опирается на:

- Б1.В.01 Английский язык для менеджеров;
- Б1.В.02 Креативные индустрии;
- Б1.В.03 Менеджмент музеев и галерей;
- Б1.В.04 Правовые и экономические модели деятельности в сфере культуры и культурного предпринимательства;
- Б1.В.05 Культурное картирование;
- Б1.В.06 Лаборатория социокультурных проектов;
- Б1.В.ДВ.01.01 Управление производством медиаконтента
- Б1.В.ДВ.01.02 Музейный маркетинг
- Б1.В.ДВ.02.01 Продюсирование трансмедийных проектов;
- Б1.В.ДВ.02.02 Менеджмент современного искусства;
- Б1.В.ДВ.03.01 Новые медиа и сетевое общество;
- Б1.В.ДВ.03.02 Мода-медиа-география: модные пространства и медийные

ландшафты;

Б1.В.ДВ.04.01 Культурное разнообразие и культурные практики;

Б1.В.ДВ.04.02 Культурные рынки и современные культурные практики;

Б2.В.01(У) Практика по получению первичных профессиональных умений и навыков;

Б2.В.02(Н) Научно-исследовательская работа;

Б2.В.03(П) Практика по получению профессиональных умений и опыта профессиональной деятельности

Дисциплина Б1.В.ДВ.05.02 «Нишевые медиапроекты» является базой для:

Б2.В.04(Пд) Преддипломная практика;

Б3.Б.01(Д) Подготовка к процедуре защиты выпускной квалификационной работы;

Б3.Б.02(Д) Защита выпускной квалификационной работы

3. Объем дисциплины (модуля)

Таблица 2.

Объем дисциплины (модуля)

Вид учебных занятий и самостоятельная работа	Объем дисциплины (модуля), час.				
	Всего	Семестр			
		1	2	3	4
Очная форма обучения					
Контактная работа обучающихся с преподавателем, в том числе:	28				28
лекционного типа (Л)	8				8
лабораторные работы (практикумы) (ЛР)					
практического (семинарского) типа (ПЗ)	20				20
контролируемая самостоятельная работа обучающихся (КСР)					
Самостоятельная работа обучающихся (СР)	80				80
Промежуточная аттестация	форма				Зачет с оценкой
	час.				
Общая трудоемкость (час. / з.е.)	108/3				108/3

4. Содержание и структура дисциплины (модуля)

Таблица 3.

Содержание дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Содержание тем (разделов)	Коды компетенций	Коды ЗУВ (в соотв. с табл. 1)
Тема 1	Классификация элементов медиaproстранства.	Классификация по видам площадок: интернет, ТВ, кинотеатры, спутниковые и кабельные телеканалы, радио. Цифровое вещание. Структура площадок. Тенденции.	ПК-1 ПК-5	31, У1 31

Тема 2	Современный рынок нишевых медиапроектов.	Структура рынка. Игроки, холдинги, бенефициарии. Глобальные, федеральные и региональные рынки. Источники доходов. Емкость рынков. Тенденции.	ПК-6 ПК-5	31, У1 У1
Тема 3	Базовый подход к разработке медиапроектов.	Разработка медиапроекта: идея, концепция, исследования, права, программное обеспечение, приобретение прав на (идеи, сценарии, сюжеты), подбор команды, маркетинговые исследования, бизнес-план. Оценка рисков. Страхование.	ПК-1 ПК-6 ПК-5	В1 В1 У1
Тема 4	Некоторые аспекты функционирования современных медиа.	Особенности функционирования российских проектов в области интернета, нишевых кабельно-спутниковых каналов. Производственная единица. Съёмочная группа.	ПК-1 ПК-6	У1 31
Тема 5	Архивация, дистрибуция, промо и реклама.	Национальные архивы. Законы об обязательном экземпляре. Некоторые особенности законодательства и практики. Дистрибуция и промо медиапроектов.	ПК-5	В1
Тема 6	Экономические и юридические аспекты управления в области кино, ТВ и Интернет-проектов.	Авторское право. Примеры построения смет и бизнес-планов, нишевых медиапроектов, документальных, короткометражных фильмов. Бухгалтерия. Налоги. Оптимизация налогообложения в области медиапроектов, закон о Национальном фильме.	ПК-6 ПК-5	В1 В1

Таблица 4.

Структура дисциплины (модуля)

№ п/п	Наименование тем (разделов)	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости, промежуточно й аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Классификация элементов медиапространства.	18	2		4		12	УО
Тема 2	Современный рынок нишевых медиапроектов.	14	1		1		12	УО

Тема 3	Базовый подход к разработке медиапроектов.	16	1		3		12	УО
Тема 4	Некоторые аспекты функционирования современных медиа.	20	2		4		14	УО
Тема 5	Архивация, дистрибуция, промо и реклама.	20	2		4		14	УО
Тема 6	Экономические и юридические аспекты управления в области кино, ТВ и Интернет-проектов.	20			4		16	УО
Промежуточная аттестация								Зачет с оценкой
Всего:		108/3	8		20		80	
Примечание к Таблице 4: * формы текущего контроля успеваемости: устный опрос (УО)								

5. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине (модулю)

Самостоятельная работа обучающихся в рамках дисциплины направлена на закрепление знаний, а также формирование умений и навыков без непосредственного участия преподавателя. Самостоятельная работа обучающихся способствует развитию самостоятельности, ответственности и организованности, творческого подхода к решению проблем учебного и профессионального уровня.

Самостоятельная работа может быть организована как индивидуальным обучающимся, так и группой обучающихся в зависимости от целей и задач работы, а также способа проведения текущей и промежуточной аттестации.

Среди видов самостоятельной работы обучающихся выделяются следующие:

Подготовка к лекционному занятию

Формирование и усвоение содержания конспекта лекций, анализ материала предыдущих тем (разделов) дисциплины. Для подготовки к лекционному занятию обучающийся использует источники из списка основной литературы.

Подготовка к лекционному занятию предполагает следующие этапы работы обучающегося:

- 1) обучающийся предварительно знакомится с соответствующим разделом обязательной литературы;
- 2) готовит конспект лекций;
- 3) изучает конспект и насыщает его ссылками на литературу из списка семинарских занятий.

Подготовка к практическому занятию:

Для подготовки к семинарским и иным видам практических занятий обучающийся использует список основной/дополнительной литературы и информационные ресурсы.

Подготовка к практическому занятию предполагает следующие этапы работы обучающегося:

- 1) изучение указанной литературы;

- 2) изучение культурной практики по теме семинара с использованием рекомендованных информационных ресурсов;
- 3) детальная проработка материалов по итогам семинара.

Подготовка самостоятельной работы (проект) для проведения промежуточной аттестации:

Проект — самостоятельная письменная работа, основанная на нетрадиционном управленческом решении (не предусмотренном сугубо административными инструкциями) и ориентированная на качественное улучшение управленческой среды в организации (территории, городе, регионе и т.д.). Существенным требованием к проекту является креативное видение объекта управления и перспектив его развития.

Тема проекта выбирается обучающимся самостоятельно из списка, содержащегося в фонде оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине. В соответствии со своими научными интересами обучающийся может предложить тему, отсутствующую в списке фондов оценочных средств. В этом случае тема согласовывается с преподавателем дисциплины.

Подготовка проекта предполагает следующие этапы работы обучающегося:

- сбор материала;
- согласование темы с преподавателем;
- обоснование темы;
- разработка плана написания проекта;
- обсуждение структуры работы с преподавателем;
- написание проекта;
- редактирование;
- проработка замечаний;
- учет замечаний в дальнейшей работе.

Методические рекомендации по написанию проекта

В рамках освоения дисциплины промежуточная аттестация проводится в форме письменной работы – проекта. Проект – самостоятельная письменная работа, выполненная в соответствии с тематикой и проблематикой пройденной учащимися дисциплины. В процессе выбора темы проекта обучающимся рекомендуется консультироваться с преподавателем.

Рекомендованная структура проекта:

- 1) Титульный лист.
- 2) Оглавление.
- 3) Анализ ситуации.
- 4) Актуальность проекта.
- 5) Проблема, на решение которой направлено проектное действие.
- 6) Концепция проекта.
- 7) Цели, задачи и способы реализации проекта.
- 8) Аудитория проекта.
- 9) Организационный план реализации проекта.
 - a. Карта субъектов, вовлеченных в реализацию проекта.
 - b. Схема ресурсного обеспечения проекта.
 - c. Модель финансирования и бюджет проекта.
 - d. PR-стратегия и маркетинговая стратегия проекта.
 - e. Календарный план реализации проекта.
 - f. Ожидаемые результаты и критерии оценки эффективности проекта.

г. Возможные риски и пути их решения.

10) Список литературы и использованных источников.

Оформление письменной работы

Письменная работа должна быть оформлена в соответствии с предъявляемыми требованиями. В противном случае она не принимается к оцениванию.

Текст печатается через 1,5 интервала шрифтом Times New Roman, кегль 12.

Нумерация страниц сквозная, начиная с титульного листа, однако номер страницы на нем не ставится.

Введение, каждая глава, заключение, список использованной литературы и приложения начинаются с новой страницы.

Таблицы и рисунки имеют отдельную сквозную нумерацию и название.

Ссылка на используемую литературу оформляется в виде сноски внизу страницы.

Нумерация сносок сквозная для каждой страницы текста. При первом упоминании источника выходные сведения указываются в полном объеме.

Пример:

Кутепов В. И., Виноградова А. Г. Искусство Средних веков. М.: Проспект, 2006. С. 144.

Адорно Т. В. К логике социальных наук // Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

или, если о данной статье говорится в тексте документа: Вопросы философии. 1992. № 10. С. 76.

Если текст цитируется не по первоисточнику, а по другому документу, то в начале ссылки приводят слова: «Цит. по:» (цитируется по) с указанием источника заимствования.

Пример:

Цит. по: Флоренский П. А. У водоразделов мысли. М., 1990. Т. 2. С. 27.

Повторную ссылку на один и тот же документ (группу документов) или его часть приводят в сокращенной форме.

Пример:

первичная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. М.: КНОРУС, 2010. С. 19.

повторная ссылка: Андреева В. И. Делопроизводство. С. 23.

При последовательном расположении на одной странице первичной и повторной ссылок текст повторной ссылки заменяют словами «Там же» или «Ibid.» (ibidem) для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу первоисточника к словам «Там же» добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Там же» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Бороздина Г. В. Психология делового общения: Учебник. 2-е изд. М.: ИНФРА-М, 2004. С. 58.

Повторная ссылка: Там же. С. 81.

Первичная ссылка: Patton M. Q. Developmental evaluation: applying complexity concepts to enhance innovation and use. New York: Guilford Press, 2010. Pp. 27.

повторная ссылка: Ibid. Pp. 96.

В повторных ссылках, не следующих за первичной ссылкой и содержащих запись на один и тот же документ, приводят фамилию автора, а основное заглавие и следующие за ним повторяющиеся элементы заменяют словами «Указ. соч.» (указанное сочинение), «Цит. соч.» (цитируемое сочинение), «Op. cit.» (opus citato — цитированный труд) — для документов на языках, применяющих латинскую графику. В повторной ссылке на другую страницу к словам «Указ. соч.» (и т.п.) добавляют номер страницы, в повторной ссылке на другой том (часть, выпуск и т.п.) документа к словам «Указ. соч.» добавляют номер тома.

Примеры:

первичная ссылка: Козырев Г. И. Введение в конфликтологию. М.: Владос, 1999. С. 86.

повторная ссылка: Козырев Г. И. Указ. соч. С. 140.

Первичная ссылка: Putnam H. Mind, language and reality. Cambridge: Cambridge University Press, 1979. Pp. 12–13.

повторная ссылка: Putnam H. Op. cit. P. 25.

Ссылка на первоисточник в тексте осуществляется посредством указания в круглых скобках фамилии автора монографии или статьи и года издания работы, например, (Дюркгейм, 1995) или (Øvretveik, 1996).

Список литературы в конце работы имеет сквозную нумерацию источников. Сначала указываются нормативные акты, затем — монографии, научные статьи и другие источники.

Пример:

Федеральный закон «О банках и банковской деятельности» от 3 февраля 1996 г. // Собрание Законодательства РФ. 1996. № 6. Ст. 492.

Принцип расположения остальных источников — алфавитный порядок фамилий авторов (отдельно на русском и английском языках). Сначала указывается фамилия автора, затем его инициалы. Если в список включаются несколько работ одного и того же автора, то в случае монографических публикаций работы располагаются по хронологическому принципу (опубликованные в одном и том же году снабжаются буквенными индексами, например, 2007а и 2007б), а затем идут работы в соавторстве.

При описании источника указываются: фамилия и инициалы автора, название монографии или статьи; для монографий — место и год издания, количество страниц; для статей — название журнала или коллективной монографии, год издания, том, номер, страницы.

Пример описания монографий:

Бахтин М. М. Формальный метод в литературоведении: критическое введение в социальную поэтику. М.: Лабиринт, 2003. 192 с.

Гуманистический подход к охране здоровья / Отв. ред. Н. Берковитц. М.: Аспект Пресс, 1998. 213 с.

Campbell P. H. The integrated programming team. London: Ashgate, 1987. 176 p.

Helping people change: a textbook of methods / Eds. F. H. Kanfer, A. P. Goldstein. Boston: Allyn and Bacon, 1991. 285 p.

Пример описания статей:

Владимирова И. М., Овчинников Б. В. Методика психологического консультирования в социальной работе // Вестник психосоциальной и коррекционно-реабилитационной работы. 1996. № 2. С. 14–30.

Шульман Л. Консультации // Энциклопедия социальной работы: В 3 т. / Под ред. Л. Э. Кунельского, М. С. Мацковского. М.: Центр общечеловеческих ценностей, 1994. Т. 2. С. 31–34.

Øvretveit J. Five ways to describe a multidisciplinary team // Journal of Interprofessional Care. 1996. № 2. Pp. 48–63.

При оформлении электронных ссылок для обозначения электронного адреса используют аббревиатуру «URL» (Uniform Resource Locator — унифицированный указатель ресурса).

Пример:

Жилищное право: актуальные вопросы законодательства: Электронный журнал. 2007.

№ 1. URL: <http://www.gilpravo.ru> (дата обращения: 20.08.2007).

или, если о данной публикации говорится в тексте документа: URL: <http://www.gilpravo.ru>

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Критерии оценивания участия обучающегося в обсуждении текста

Участие обучающегося в обсуждении текста на семинарском занятии оценивается преподавателем по системе «зачет/незачет».

«Зачет» выставляется в том случае, если в ходе обсуждений текстов на семинарских занятиях обучающийся продемонстрировал способность к критическому анализу материала, хорошее знание исторического контекста, а также способность самостоятельно находить проблему в тексте и умение развернуто аргументировать свою позицию с опорой на текст.

«Незачет» выставляется в том случае, если обучающийся продемонстрировал неспособность к самостоятельному анализу текста и постановке проблемы, плохое понимание основных положений текста.

7. Фонд оценочных средств промежуточной аттестации по дисциплине (модулю)

Формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой. Промежуточная аттестация проводится в форме написания итогового проекта по дисциплине.

7.1. Типовые контрольные задания

Тематика итоговых работ:

1. Создание туристической информационной платформы как инструмента продвижения имиджа региона в информационном пространстве
2. Создание современного интернет-магазина сувенирной продукции: лидогенерация и медиакампания
3. Проект создания социальной сети для продвижения стартапов в сфере культуры
4. Проект создания блога культурной тематики
5. Проект создания приложения для путешествий
6. Интернет-платформа купли-продажи пользовательского видеоконтента (на конкретном примере)
7. Проект для клубной индустрии (на конкретном примере)
8. Сервис аренды полного цикла: от примерки до подготовки к мероприятию

7.2. Перечень формируемых компетенций

Показатели и критерии оценивания компетенций

Таблица 5. Показатели и критерии оценивания компетенций по этапам их формирования

Код компет енции	Код ЗУВ	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Оценка (баллы)
ПК-1	Все ЗУВ ПК-1	Проект:	высокий	Зачтено
ПК-5	Все ЗУВ ПК-5	1. показывает незаурядные способности обучающегося к критическому мышлению, анализу	уровень освоения компетенций	(отлично)

ПК-6	Все ЗУВ ПК-6	<p>фактов и проблем;</p> <p>2. демонстрирует креативные способности обучающегося, знание широкого круга научной литературы и источников;</p> <p>3. отличается новизной и полностью соответствует заявленной теме;</p> <p>4. отличается четкой и ясной структурой, цели и задачи проекта соответствуют избранным способам их достижения</p> <p>5. включает подробный бюджет, включающую все направления деятельности, заявленные в проекте, а также понятную модель финансирования</p> <p>6. содержит четкие критерии эффективности и оценки результатов проекта, а также возможные риски и пути их решения</p> <p>7. не содержит стилистических погрешностей.</p>		
ПК-1 ПК-5 ПК-6	Все ЗУВ ПК-1 Все ЗУВ ПК-5 Все ЗУВ ПК-6	<p>Проект:</p> <p>1. показывает способность обучающегося к критическому мышлению, новизну понимания предмета;</p> <p>2. демонстрирует знание научной литературы и источников;</p> <p>3. соответствует заявленной теме;</p> <p>4. отличается достаточно четкой и ясной структурой, цели и задачи проекта в целом соответствуют избранным способам их достижения</p> <p>5. включает достаточно реалистичный бюджет, а также понятную модель финансирования</p> <p>6. содержит достаточно четкие критерии эффективности и оценки результатов проекта, а также возможные риски и пути их решения</p> <p>7. содержит незначительные стилистические погрешности.</p>	средний уровень освоения компетенций	Зачтено (хорошо)
ПК-1 ПК-5 ПК-6	Все ЗУВ ПК-1 Все ЗУВ ПК-5 Все ЗУВ ПК-6	<p>Проект:</p> <p>1. показывает удовлетворительное понимание уместных проблем и контекстов,</p> <p>2. демонстрирует умение обучающегося подбирать адекватную для целей итоговой работы научную литературу и источники;</p> <p>3. соответствует заявленной теме;</p>	низкий уровень освоения компетенций	Зачтено (удовлетворительно)

		<p>4. отличается достаточно четкой и ясной структурой, цели и задачи проекта в целом соответствуют избранным способам их достижения</p> <p>5. включает достаточно реалистичный бюджет, а также понятную модель финансирования</p> <p>6. содержит нечеткие критерии эффективности и оценки результатов проекта, не содержит оценки возможных рисков</p> <p>7. содержит значительные стилистические погрешности.</p>		
<p>ПК-1</p> <p>ПК-5</p> <p>ПК-6</p>	<p>Все ЗУВ ПК-1</p> <p>Все ЗУВ ПК-5</p> <p>Все ЗУВ ПК-6</p>	<p>Проект:</p> <p>1. показывает неадекватное понимание обучающимся фактов и проблем;</p> <p>2. демонстрирует наличие у обучающегося некоторого знания классической и современной научной литературы и источников;</p> <p>3. не полностью соответствует заявленной теме;</p> <p>4. имеет неясную структуру, цели и задачи проекта не соответствуют избранным способам их достижения</p> <p>5. имеет погрешности в финансовой модели, касающиеся отражения не всех этапов реализации проекта в бюджете, и/или неясную (нереалистичную) модель финансирования</p> <p>6. не содержит критериев эффективности и оценки результатов проекта, а также возможных рисков проекта</p> <p>7. содержит большие стилистические погрешности, мешающие восприятию текста</p>	компетенции не освоены	Незачтен о (неудовлетворительно)

Шкала оценивания проекта:

Отлично – 5 (70-100 баллов)

Хорошо – 4 (60-69 баллов)

Удовлетворительно – 3 (50-59 баллов)

Неудовлетворительно – 2 (0-49 баллов).

7.3. Методические материалы

Объем проекта составляет 2500 слов.

В итоговом проекте обучающийся должен продемонстрировать свое знание материалов дисциплины, владение понятийным аппаратом, умение работать с эмпирическим материалом (включая сбор информации, необходимой для раскрытия темы, критический анализ полученных сведений, использование данных для аргументации своих рассуждений).

Обучающийся самостоятельно выбирает тему *итоговой письменной работы* (проекта) в зависимости от своих профессиональных интересов, так как проектирование не может быть типовым. Тема проекта обсуждается и согласовывается с преподавателем по дисциплине. Описание проекта делается в формате бизнес-плана, с учетом социокультурной специфики проектирования. Это означает, что акцент в бизнес-плане делается на описание проблемной ситуации, социокультурных особенностей проектного действия, его инновационности и отложенных социокультурных эффектов. Желательным является наличие в описании проекта поясняющих схем и графиков.

Проекты сдаются в электронном виде и размещаются онлайн на сайте distanty.ru. Проекты, предоставленные позже установленного срока сдачи без уважительной причины или выполненные с нарушением требований, предъявляемых к письменным работам (например, отсутствие титульного листа, оглавления, списка использованной литературы) не принимаются к оцениванию.

Проект оценивается преподавателем по показателям, указанным в Таблице 5 рабочей программы дисциплины. Для подтверждения определенного уровня освоения компетенций проект оценивается по 7 показателям. Уровень освоения компетенций подтверждается соответствием проекта минимум 5 показателям данного уровня.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

8.1. Основная литература по дисциплине

1. Стартап-гайд: Как начать... и не закрыть свой интернет-бизнес / Пол Грэм, С. Ашин, Н. Давыдов [и др.] ; под редакцией М. Р. Зобниной. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 176 с. — ISBN 978-5-9614-4824-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82519.html>

8.2. Дополнительная литература

1. Астафьева, О. Н. Культурология. Теория культуры : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по направлению «Культурология», по социально-гуманитарным специальностям / О. Н. Астафьева, Т. Г. Грушевицкая, А. П. Садохин. — 3-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 487 с. — ISBN 978-5-238-02238-3. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82519.html>

www.iprbookshop.ru/81652.html

2. Иванов, А. Как придумать идею, если вы не Огилви / А. Иванов. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 240 с. — ISBN 978-5-9614-4965-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/82886.html>

8.3. Нормативные и правовые документы

Не используются

8.4. Интернет-ресурсы

1. Медиа-проект «Национальный проект» <http://www.nazaccent.ru/>
2. Независимая газета-регионы <http://www.ng.ru/ngregions/>
3. Портал о рекламе, PR, маркетинге <http://www.sostav.ru/>
4. Профессиональный PR-портал <http://www.sovetnik.ru/>
5. Радиопрограмма «Народы России» М. Лянге <http://www.radiorus.ru/section.html?rid=456>
6. Тематический портал «Наука о рекламе» <http://www.advertology.ru/>
7. Фестиваль этнических культур «ЭТНО-ФЕСТ» <http://www.ethno-fest.ru/>
8. Шумилина Н. Радиореклама должна работать, а не просто «звучать»// <http://www.advertology.ru/article3858.htm>

8.5. Иные источники

1. Alia V. The new media nation: indigenous peoples and global communication. - Berghahn Books, 2010.
2. Alia V., Bull S. Media and ethnic minorities. Edinburgh University Press, 2005.
3. Arutunyan A. The Media in Russia. McGraw-Hill, 2009.
4. Beumers B., Hutchings S., Rulyova N. The post-Soviet Russian media: conflicting signals. - Taylor & Francis, 2009.
5. Black S. Practice of Public Relations. – Routledge, 2013.
6. Blinova M. Social Media in Russia: Its Features and Business Models //Handbook of Social Media Management. – Springer Berlin Heidelberg, 2013. – С. 405-415.
7. Burrett T. Television and presidential power in Putin's Russia. - Taylor & Francis, 2011.
8. Chin B. The fan-media producer collaboration: How fan relationships are managed in a post-series X-Files fandom //Science Fiction Film & Television. – 2013. – Т. 6. – №. 1. – С. 87-99.
9. Deger J. Shimmering screens: making media in an aboriginal community. - U of Minnesota Press, 2006.
10. Dobek-Ostrowska B. Comparative media systems: European and global perspectives. - Central European University Press, 2010.
11. Drushel B. E., Kathleen German K. The Ethics of Emerging Media: Information, Social Norms, and New Media Technology. - Continuum International Publishing Group, 2011.
12. Couldry N., Livingstone S., Markham T. Media consumption and public engagement: Beyond the presumption of attention. – Springer, 2016.
13. Creech K. C. Electronic media law and regulation. – Routledge, 2013.
14. De Mooij M. Global marketing and advertising: Understanding cultural paradoxes. – Sage Publications, 2013.
15. Dingsøyr T. et al. A decade of agile methodologies: Towards explaining agile software development. – 2012.
16. Hayles N. K. How we think: Digital media and contemporary technogenesis. – University of Chicago Press, 2012.

17. Hollensen S. Marketing management: A relationship approach. – Pearson Education, 2015.
18. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. – NYU press, 2013.
19. Jenkins H., Ford S., Green J. Spreadable media: Creating value and meaning in a networked culture. – NYU press, 2013.
20. Parikka J. What is media archaeology?. – John Wiley & Sons, 2013.
21. Rubin K. S. Essential Scrum: A practical guide to the most popular Agile process. – Addison-Wesley, 2012.
22. Waldman S. Information needs of communities: The changing media landscape in a broadband age. – DIANE Publishing, 2011.
23. Hermans F. et al. Niches and networks: Explaining network evolution through niche formation processes //Research Policy. – 2013. – Т. 42. – №. 3. – С. 613-623.
24. Hesmondhalgh D. The media and social theory. Routledge, 2008.
25. Hess T. What is a media company? A reconceptualization for the online world //International Journal on Media Management. – 2014. – Т. 16. – №. 1. – С. 3-8.
26. Knight Ch. Public Art: Theory, Practice and Populism. - John Wiley & Sons, 2011.
27. Koltsova O. News media and power in Russia. Routledge, 2006.
28. Lee J. J., Gillen A. M. The Producer's Business Handbook: The Roadmap for the Balanced Film Producer. – Taylor & Francis, 2010
29. Livingstone S. Challenges to comparative research in a globalizing media landscape //Handbook of comparative communication research. – 2012. – С. 415-429.
30. Newson A., Houghton D., Patten J. Blogging and other social media: exploiting the technology and protecting the enterprise. - Gower Publishing, Ltd., 2008
31. Popov D. Virtualization of Society: Who Is Making “Virtual Worlds”? (TV, Advertising, Internet) // Conflict, Citizenship and Civil Society. The 8th Conference of European Sociological Association. Glasgow, 2007.
32. Qualman E. Socialnomics: How Social Media Transforms the Way We Live and Do Business. - John Wiley and Sons, 2010.
33. Rosenholm A. Russian mass media and changing values. - Routledge, 2010.
34. Solis B., Breakenridge D. Putting the public back in public relations: how social media is reinventing the aging business of PR. - FT Press, 2009.
35. Streuer V. The Media System in Russia. - GRIN Verlag, 2009.
36. Thackeray R. et al. Enhancing promotional strategies within social marketing programs: use of Web 2.0 social media //Health promotion practice. – 2008. – Т. 9. – №. 4. – С. 338-343.
37. Wilson P., Stewart M. Global indigenous media: cultures, poetics, and politics. Duke University Press, 2008.
38. Абрамов Р.Н., Кондратьев Э.В. Связи с общественностью. Учебное пособие для вузов. М.: Академический проект, 2010.
39. Атанесян А. Краткая инструкция для начинающего продюсера. М.:Локид-пресс, 2007.
40. Бердникова Э. Н. Виртуальные формы социальных коммуникаций //Вопросы культурологии. № 10, 2009. - с. 42-43.
41. Буковецкая О. Дизайн текста, шрифт, эффекты, цвет. М.: ДМК-Пресс, 1999
42. Гаспаров М. Л.. Массовая культура. Историзм, массовая культура и наш завтрашний день // Вестник истории, литературы, искусства. Отд-ние ист.-филол. наук РАН. М., 2005. Т. 1. С. 26–29.
43. Геращенко Л. Как написать сценарий рекламного ролика? М.: Диаграмма, 2006
44. Гнатюк О.Л. Основы теории коммуникации. - М. : КНОРУС, 2010. — 256 с.
45. Голдман У.Р. Миссия Мердока. Цифровая революция в медиаимперии. – М.: Медиадом, 2004.
46. Засурский Я. Н., Вартанова Е., Шкондин М. В. Средства массовой информации России. - М.: Аспект Пресс, 2008

47. Ильин В.И. Общество потребления: теоретическая модель и российская реальность // Мир России. 2005. Т. 14. № 2. С. 3-40.
48. Кравченко С. А. Социология модерна и постмодернизма в динамически меняющемся мире: монография. - МГИМО-ун-т, 2007.
49. Леонтович О. А. Введение в межкультурную коммуникацию. - М.: Гнозис, 2007.
50. Маршалл Маклюэн. Понимание Медиа. Внешние расширения человека. М., «Жуковский», 2003.
51. Мельник Г.С., Ким М.Н. Методы журналистики: Учеб. пособие для студентов факультетов журналистики. – СПб.; Изд-во Михайлова В.А., 2006.
52. Митта А., «Кино между адом и раем» - М.; Зебра Е, 2005.
53. Николайшвили Г.Г. Социальная реклама: теория и практика. М.: Аспект Пресс, 2008.
54. Остроушко, Н. А. История возникновения и фольклорные традиции российской рекламы / Н. А. Остроушко // Русский язык за рубежом. 2001. № 1. С. 65 – 79.
55. Покровский Н.Е. Настоящая – ненастоящая реальность // Визуальный анализ виртуальной реальности. Сб. науч. тр.- М.: ГУ-ВШЭ. 2007. С.4-23.
56. Почепцов Г.Г. Медиа: теория массовых коммуникаций. Учебное пособие для студентов и аспирантов. Киев: Альтерпрес, 2008. 403 с.
57. Профессия продюсер кино и телевидения. Практические подходы. Под. ред. Сидоренко В.И. и Огурчикова П.К. М.: Юнити-Дана, 2010.
58. Прохоров Е.П. Введение в теорию журналистики: Учебник для студентов вузов/ Е.П.Прохоров – 7-е изд., испр. и доп. М.: Аспект Пресс, 2009.
59. Прохоров Ю.Е., Стернин И.А. Русские: коммуникативное поведение.- М., 2007.
60. Санаев А. Правда. Роман о русском пиаре.- М.: РИ-ПОЛ классик, 2010.
61. Тер-Минасова С.Г. Язык и межкультурная коммуникация. - М.: Слово/Slovo, 2000
62. Тягунова, Л. А. Виртуализация социума: сущность и тенденции / автореф. дисс. ... канд. филос. наук. – Саратов: ПАГС, 2006.
63. Ученова В.В. Старых Н.В. Социальная реклама: вчера, сегодня, завтра. М.: Индекс медиа, 2006.
64. Финк К. Стратегический газетный менеджмент. – Самара: Корпорация Федоров, 2004.
65. Фрэнкель А. Нейминг: как игра в слова становится бизнесом. – М.: Добрая книга, 2006.
66. Хабермас Ю. Постнациональная констелляция и будущее демократии. Логос, 2003. № 4-5. с. 114-129.
67. Червинский А., учебное пособие «Как хорошо продать хороший сценарий» - М.; Аспект-Пресс, 1993.
68. Журнал «Сообщение» <http://www.soob.ru/>
69. Классические и современные техники создания креативной рекламы. // <http://www.advertology.ru/article23774.htm>
70. Кому принадлежат российские СМИ. Карта бизнеса – 2007. Журнал «РБК». Июнь, 2007 http://compromat.ru/page_20776.htm
71. Гринберг П., Вагнер Д. Творческий телевизионный менеджмент. Учебно-методическое пособие - М.; Аспект-Пресс, 2006. Метод доступа: <http://www.library.cjes.org/files/pdf/creative-tv-management.pdf>

9. Материально-техническое и программное обеспечение дисциплины (модуля)

Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; укомплектована специализированной мебелью, техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; укомплектована специализированной мебелью, и техническими средствами обучения,

обеспечивающими реализацию проектируемых результатов обучения.

Помещение для самостоятельной работы обучающихся оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду.

Для обеспечения преподавания дисциплины требуется помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Информационные справочные системы и ресурсы:

ЭБС «IPRbooks» <http://www.iprbookshop.ru/>

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red

Lexis Nexis Academic (Lexis Uni) <https://lexisnexis.com/>

ЭБС «Мобильная библиотека ЛитРес» <http://biblio.litres.ru/>

ЭБС «Юрайт» <https://biblio-online.ru/>

Информационная справочная система Консультант Плюс <http://www.consultant.ru/>

Информационная справочная система Гарант <http://www.garant.ru/>

Профессиональная база данных Scopus <https://www.scopus.com/>

Профессиональная база данных Web of Science (WoS) <https://webofknowledge.com/>

Электронный бюджет (Единый портал бюджетной системы Российской Федерации) - актуальная бюджетная статистика в цифрах http://budget.gov.ru/epbs/faces/p/%D0%91%D1%8E%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%82?_adf.ctrl-state=2em63spwb_65®ionId=45

Статистическая база (исследование) вовлечения населения Англии в культурные практики <https://www.gov.uk/government/collections/sat--2#taking-part-adult-statistical-releases>

База статистических данных сферы культуры европейских стран <https://www.culturalpolicies.net/web/compendium.php>

Мировые практики Smart City: открытая база знаний <https://ict.moscow/projects/smart-cities/>

Технические и программные средства обучения:

Для обеспечения преподавания дисциплины используется набор демонстрационного оборудования:

- ноутбук (Windows 8.1 или 10) с программным обеспечением LibreOffice и (или) моноблок (Win 8.1) с программным обеспечением Office Standart

- проектор.