Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.06.2026 17:57:30
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b348

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ
Директор
_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КРЕАТИВНЫЙ МЕДИАПРОЕКТ: ПЛАНИРОВАНИЕ И УПРАВЛЕНИЕ

Направление подготовки/специальность
42.04.02 Журналистика

Профили
Медиакоммуникации в креативных индустриях

Квалификация
магистр

Формы обучения
очно-заочная

Москва, 2025 г.

Разработчик:



Ст.преп. кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /Н.Ю. Прыгина/

Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,



д.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины – освоение общих принципов работы по редакционному менеджменту мультимедийного СМИ. Обучение теоретическим и практическим навыкам планирования, организации и руководства мультимедийной редакцией. Получение информации о формах и методах деятельности журналистов в условиях мультимедийной редакции.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

– изучение типов традиционных и мультимедийных изданий;

– освоение навыков по изучению портрета целевой аудитории.

– исследование особенностей взаимосвязи между формулировками поставленных задач и итогом работы творческого коллектива.

– изучение основ продвижения проектов

– освоение технологии создания системы мотивации персонала

Обучение по дисциплине направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3. Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ИПК-3.1. Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики ИПК-3.2. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач ИПК-3.3. Составляет план действий по реализации проекта
ПК-4. Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением) в современной медиаиндустрии.	ИПК-4.1. Планирует деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу ИПК-4.2. Распределяет кадровые и финансовые ресурсы в соответствии с решаемыми задачами ИПК-4.3. Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к числу дисциплин части блока Б1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений, к модулю «Проекты и проектная деятельность».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Разработка концепций цифровых медиа, Новые медиа; Современный мультимедиаконтент; Журналистика информационной цивилизации; Журналистика 3.0., Мультимедийное продюсирование в креативных индустриях; Профессионально-творческая практика, Проектно-творческая практика, Преддипломная практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц (180 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	4 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**72**	72
	В том числе:		
1.1	Лекции	8	8
1.2	Семинарские/практические занятия	64	64
1.3	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**72**	72
	В том числе:		
2.1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	36	36
2.2	Подготовка контрольных работ	36	36
3	**Промежуточная аттестация**		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**180**	180

3.1 Тематический план изучения дисциплины

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение. Теория и практика редакционного менеджмента	13	1	2	-	-	10
2	Тема 2. Инструментарий медиаменеджера	19	1	8	-	-	10
3	Тема 3. Создание команды. Подбор персонала	22	-	12	-	-	10
4	Тема 4. Роли в команде	18	-	8	-	-	10
5	Тема 5. Мотивация персонала	22	2	10	-	-	10
6	Тема 6. Редакционная политика мультимедийного СМИ	24	2	12	-	-	10

7	Тема 7. Управление переменами	26	2	12	-	-	12
	Экзамен	36					36
		180	**8**	**64**	**-**		**108**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Теория и практика редакционного менеджмента

Исторический аспект. Реалии. Перспективы. Цели и задачи курса.

Тема 2. Инструментарий медиаменеджера

Оценка текущей редакционной ситуации. GAP -анализ. SWOT- анализ. Особенности эффективной постановки задач.

Тема 3. Создание команды. Подбор персонала

Формулировка вакансии. Оценка резюме. Создание должностных инструкций. Профессиональные и личностные качества журналиста и их соответствие выполняемым функциональным обязанностям. Основы эффективной работы и оптимального социально-психологического климата.

Тема 4. Роли в команде

Система оценки потенциальных исполнителей ролей в команде. D.I.S.C. Метод Белбина. Соответствие ролей традиционным должностям в редакционном коллективе. Вертикальная и горизонтальная структура редакции. Особоенности мультимпедийных СМИ. Индивидуально-коллективный характер журналистского труда и редакционной деятельности. Творческая и техническая части редакции. Сочетание принципа единоличия редактора с коллегиальной творческой деятельностью коллектива журналистов.

Тема 5. Мотивация персонала

Материальные способы мотивации. Нематериальные способы мотивации. Повышение квалификации как способ повышения лояльности.

Тема 6. Редакционная политика мультимедийного СМИ

Основы редакционной политики. Слабые и сильные стороны сводов правил деятельности редакторов. Целевая аудитория. Зависимость редакционной политики от: а) общеполитического вектора; б) интересов владельца; в) запросов информационного потребителя. Иерархия этих факторов при создании концепции СМИ.

Тема 7. Управление переменами

Обоснование необходимости перемен. Эффективные способы поиска управленческих решений в условиях смены редакционной политики или организационной структуры.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

Семинар 1. Теория и практика редакционного менеджмента
Семинары 2-5. Инструментарий медиаменеджера
Семинары 6-11. Создание команды. Подбор персонала
Семинары 12-15. Роли в команде
Семинары 16-20. Мотивация персонала
Семинары 21-26. Редакционная политика мультимедийного СМИ

Семинары 27-32. Управление переменами

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Головлева Е.Л. Массовые коммуникации и медиапланирование : учебное пособие / Головлева Е.Л.. — Москва : Академический проект, 2020. — 250 c. — ISBN 978-5-8291-2675-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/110054.html (дата обращения: 05.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Кириллова Н.Б. Медиакультура и основы медиаменеджмента : учебное пособие / Кириллова Н.Б.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014. — 184 c. — ISBN 978-5-7996-1360-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/68440.html (дата обращения: 05.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А.Г. Качкаева [и др.].. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 c. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89369.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Универсальная журналистика : учебник для вузов / Л.И. Белова [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 480 c. — ISBN 978-5-7567-0841-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/56307.html (дата обращения: 04.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3. Дополнительная литература

Антонов-Овсеенко А.А. Инновационные стратегии предприятий масс-медиа в XXI веке : учебник / Антонов-Овсеенко А.А.. — Тверь : Тверской государственный университет, 2022. — 140 c. — ISBN 978-5-7609-1708-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/130364.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Якунин А.В. Интернет-журналистика. Интернет-журналистика в контексте массовой коммуникации в медиасреде Интернет : учебное пособие / Якунин А.В.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 c. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL:

https://www.iprbookshop.ru/102906.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/102906

4.4. Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Креативный медиапроект: планирование и управление» https://lms.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=12844

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
4. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.3. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс «Креативный медиапроект: планирование и управление» строится на сочетании лекционных и семинарских занятий. Лекции-дискуссии, с максимальной вовлечечнностью студентов в обсуждение проблемы, использование техник повышения креативности. Семинарские занятия по курсу ориентированы на закрепление теоретического материала, изложенного на лекционных занятиях, а также на приобретение дополнительных знаний, умений и практических навыков осуществления профессиональной деятельности посредством активизации и усиления самостоятельной деятельности обучающихся. Предполагается использование активных и интерактивных форм проведения занятий. Отработка взаимодействия в команде.

Использование активных и интерактивных форм проведения занятий: дискуссии, круглые столы и др. Проведение социологического опроса по проблемам доверия общества к журналистике и журналистам. Презентация результатов опроса на практическом занятии. Занятия в форме пресс-конференции с приглашением экспертов в области социокультурных проблем. Предусмотрены встречи с представителями российских и зарубежных компаний, государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

Лекционный курс строится тесной взаимосвязи теории с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии.

Поощряется также работа студента с правовыми документами и нормами этики, сопоставления документов и их анализ.

Преподаватель консультирует студентов в отборе ситуаций из СМИ, выбранных для самостоятельного анализа.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

На лекциях используются интерактивные формы работы: дискуссии, проблемные лекции; формирование умения применять разбираемые понятия для анализа практики СМИ с разных точек зрения.

6.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Магистры, освоившие материал курса «Креативный медиапроект: планирование и управление», получают значительное конкурентное преимущество перед иными магистрами-журналистами вследствие растущей потребности в переформатировании традиционных СМИ в мультимедийные. Слушатели курса успешно выполнившие практические задания курса становятся носителями информации о принципах запуска и модернизации мультимедийной редакции по всем ключевым позициям (от тематики медиа до трудовых отношений внутри редакции). С учетом необходимости поддержания равновесия между традиционными подходами к подготовке журналистских материалов и адаптацией умений и знаний журналистов к меняющимся реалиям рынка мультимедиа.

Входные требования для успешного освоения курса (знания/умения/навыки): владение ПК на уровне уверенного пользователя, продвинутая работа в интернете (поиск, серфинг), экспертный сбор и анализ информации, Базовые знания о специфике функционирования мультимедийного СМИ, понимание трендов в части трансформации традиционных СМИ в мультимедийные, тенденций в конвергенции СМИ, специфике современной аудитории. Основательная подготовка и самостоятельная работа по дисциплине предполагает обращение как к традиционным академическим источникам, так и к статьям в отраслевых электронных ресурсах.

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада. Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде

преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса.

В процессе самоподготовки студенту следует:

- изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;
- пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу.
- обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

7. Фонд оценочных средств

7.3. Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятия, решение кейс-задач, подготовка коллективного проекта, проведение деловых игр, выполнение контрольных работ.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, тематику контрольных работ, примерные кейс-задачи, примерная тематика проектов и деловых игр, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.4. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если студент в полном объеме знает правила формулирования редакционных стандартов, основы продвижения проектов, сущность работы менеджера в контексте мультимедийной редакции; основные этапы создания контента СМИ с учетом всех его спецификаций; основные принципы формирования редакционно-издательской политики. Понимает принципы формирования редакционно-издательской политики; воспроизводит этапы создания концепции и управления реализацией проекта мультимедийного СМИ.

Студент умеет проводить регулярные летучки и стратегические собрания; создавать эффективную систему редакционного процесса (подготовка оценочных листов и должностных инструкций), создавать работоспособные команды и эффективную систему взаимодействия сотрудников, избегая необоснованного дублирования функций, способен

ставить цели исполнителям, создавать систему мотивации персонала, контролировать качество выполнения задач.

Уверенно владеет принципами управления медиапроектов, технологией анализа практической деятельности современных масс-медиа, принципами подбора профессионалов и оценки их деятельности; организационными и творческими приемами создания универсального или специализированного мультимедийного СМИ. Способен строить свою профессиональную деятельность с учетом изменяющихся требований.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если студент знает правила формулирования редакционных стандартов, основы продвижения проектов, сущность работы менеджера в контексте мультимедийной редакции; основные этапы создания контента СМИ с учетом всех его спецификаций; основные принципы формирования редакционно-издательской политики. Понимает принципы формирования редакционно-издательской политики; воспроизводит этапы создания концепции и управления реализацией проекта мультимедийного СМИ. При этом допускаются незначительные ошибки и неточности.

Студент способен проводить регулярные летучки и собрания; умеет создавать эффективную систему редакционного процесса (подготовка оценочных листов и должностных инструкций), создавать работоспособные команды и эффективную систему взаимодействия сотрудников, избегая необоснованного дублирования функций, способен ставить цели исполнителям, создавать систему мотивации персонала, контролировать качество выполнения задач. При этом возникают трудности при переносе знаний и умений на новые нестандартные ситуации.

Владеет принципами управления медиапроектов, технологией анализа практической деятельности современных масс-медиа, принципами подбора профессионалов и оценки их деятельности; организационными и творческими приемами создания универсального или специализированного мультимедийного СМИ. Способен строить свою профессиональную деятельность с учетом изменяющихся требований, но при этом испытывает затруднения в ситуациях повышенной сложности.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент не в полном объеме знает правила формулирования редакционных стандартов, основы продвижения проектов, сущность работы менеджера в контексте мультимедийной редакции; основные этапы создания контента СМИ с учетом всех его спецификаций; основные принципы формирования редакционно-издательской политики. Не до конца понимает принципы формирования редакционно-издательской политики; воспроизводит этапы создания концепции и управления реализацией проекта мультимедийного СМИ. При этом допускаются существенные ошибки и неточности.

Студент затрудняется проводить регулярные летучки и собрания; с трудом создает эффективную систему редакционного процесса (подготовка оценочных листов и должностных инструкций), испытывает серьезные затруднения в процессе создания работоспособной команды и эффективной системы взаимодействия сотрудников, в процессе постановки цели исполнителям, мотивации персонала, с трудом контролирует качество выполнения задач. У него постоянно возникают трудности при переносе знаний и умений на стандартные ситуации.

С трудом владеет принципами управления медиапроектов, технологией анализа практической деятельности современных масс-медиа, принципами подбора профессионалов и оценки их деятельности; организационными и творческими приемами создания универсального или специализированного мультимедийного СМИ.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент не знает правила формулирования редакционных стандартов, основы продвижения проектов, сущность работы менеджера в контексте мультимедийной редакции; основные этапы создания контента СМИ с учетом всех его спецификаций; основные принципы формирования редакционно-издательской политики. Не понимает принципы

формирования редакционно-издательской политики; воспроизводит этапы создания концепции и управления реализацией проекта мультимедийного СМИ. При этом допускаются грубые ошибки.

Студент не способен проводить регулярные летучки и собрания; не умеет создавать эффективную систему редакционного процесса, не в состоянии сформировать работоспособную команду и эффективную систему взаимодействия сотрудников, в процессе постановки цели исполнителям, мотивации персонала, не может контролировать качество выполнения задач. Не владеет принципами управления медиапроектов, технологией анализа практической деятельности современных масс-медиа, принципами подбора профессионалов и оценки их деятельности; организационными и творческими приемами создания универсального или специализированного мультимедийного СМИ.

7.5. Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Управление переменами Топ-5 неудачных примеров.
2. Управление переменами Топ-5 удачных примеров.
3. Социальные сети: как направить их на пользу общему редакционному делу?
4. Краудфандинг VS государственное субсидирование. Способы финансирования медийных проектов.
5. Продажа рекламы в новых медиа.
6. Современные материальные методы мотивации творческого персонала.
7. Как мотивировать сотрудников и не тратить при этом деньги на мотивацию?

Примерная тематика контрольных работ

Примерные темы для контрольной работы № 1:

Что такое редакционный менеджмент? Как управление СМИ отличается от управления предприятиями легкой промышленности?

Что такое команда мечты? И какие плюсы перед командой мечты есть у команды Звезд?

Примерные темы для контрольной работы № 2:

Промоакции СМИ.

Партнерские отношения между СМИ. Кобрэндинг.

Примерные кейс-задачи

Задание 1.

Как вы поступите, если эксперт требует от вас согласования списка вопросов перед интервью, а после беседы обязывает вас предоставить текст публикации для внесения им правок?

Какие законодательные и этические основания у вас есть для этой линии поведения?

Задание2.

Как вы поступите, если эксперт после записи интервью отказывается от сказанных им слов, угрожает вам (или наоборот умоляет не печатать что-то).

Какие законодательные и этические основания у вас есть для этой линии поведения?

Примерная тематика проектов и деловых игр

Проект: Организация работы мультимедийной редакции с распределением ролей между коллегами и выпуском реального продукта.(тематика определяется на первой редакционной летучке студентами)

Деловая игра «Совещание. Остаться в живых»:

Совещания в творческом коллективе, при их неумелой организации могут стать не просто убийцами времени, но и уничтожителями вдохновения. Игра в совещание позволяет проанализировать ход традиционных совещаний организованных не по правилам, и наметить регламент сбора и проведения эффективной планерки.

Действующие лица: главный редактор, руководитель отдела – энтузиаст, руководитель отдела – скептик, руководитель отдела – всезнайка, зам главного редактора – критик, редактор отдела – молчун, а также генератор идей, информатор, миротворец, специалист, конструктивный. За ходом игры наблюдает Большое жюри – группа студентов с участием преподавателя.

По окончании игры Большое жюри проводит поэтапный анализ результатов коллективных упражнений

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Что такое GAP - анализ и каковы правила его проведения?
2. Что такое целеполагание каким критериям должны отвечать цели поставленные перед сотрудниками редакционного коллектива?
3. Чем группа отличается от команды?
2. Что поучительного для обеих сторон содержат конфликты медиаменеджера с журналистским коллективом?
3. Какие подводные камни существуют у управления переменами?
4. Для чего творческому коллективу нужны должностные инструкции?
5. Как о какое сфере менеджмента идет речь когда вы слышите аббревиатуру SMART? как она расшифровывается?
6. Что такое редакционное планирование? Из каких сегментов состоит эта часть редакционной жизни?
7. Какие мультимедийные инструменты доступны любому журналисту на законной бесплатной основе?
8. Что такое целевая аудитория и как от ЦА зависит содержание мультимедийного СМИ?
9. Что такое интерактивность, приведите не менее пяти примеров использования этого принципа мультимедийными СМИ?
10. Какие уровни взаимодействия между мультимедийными редакциями и блогерским сообществом существуют?
11. Какую роль играет игровой контент при продвижении СМИ и продаже рекламы в мультимедийном СМИ? Приведите примеры.
12. Чем мультимедийная редакция отличается от редакции традиционного СМИ.
13. Что такое SWOT-анализ и как его следует проводить? Ответ необходимо проиллюстрировать примером.

1. Что такое механизмы повышения креативности?
2. В чем суть коллективных методов повышения креативности (Приведите примеры. Не менее трёх).
3. В чем суть индивидуальных механизмов повышения креативности. Когда в них возникает потребность.. (Приведите примеры. Не менее трёх).
4. Основы разработки должностной инструкции. Типичные ошибки при ее подготовке.
5. Перечислите платформы для создания слайдеров.
6. Перечислите платформы для создания интерактивных карт и маршрутов
7. Перечислите платформы для публикации подкастов.
8. Перечислите платформы для создания слайдшоу.
9. Перечислите платформы для создания лонгридов.
10. Перечислите платформы для создания мультимедийных тестов.
11. Перечислите платформы для создания рейтингов в мультимедийном СМИ
12. Перечислите платформы для создания таймлайнов.
13. Какие способы продвижения проекта в соцсетях вы знаете? (не менее трёх примеров).
14. Какие мультимедийные форматы (АУДИО) вы знаете. В чем их отличия друг от друга? .
15. Какие мультимедийные форматы (ВИДЕО) вы знаете. В чем их отличия друг от друга?

Практическое задание к экзамену: Подготовка презентации о своем участии в общем курсовом мультимедийном проекте. И ее защита. (с описание этапов, управленческих инструментов, и мультимедийных подходов).