Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 14:53:09
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Факультет издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Декан

_____/Е.Л. Хохлогорская/

«_26_» _февраля_2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ЖУРНАЛИСТИКА ДАННЫХ

И СТАТИСТИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ

Направление подготовки

42.03.02 Журналистика

Профиль

«Корпоративные медиа и бренд-журналистика»

Квалификация

Бакалавр

Формы обучения

Очная

Москва, 2026 г.

Разработчики:

К.с.н., доцент кафедры «Журналистика
и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /А.Н. Шеремет/

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

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Журналистика
и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
к.с.н., доцент /Л.Г. Толчинский/

Содержание

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине 4
2. Место дисциплины в структуре образовательной программы 4
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 8
3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение 8
4.1. Нормативные документы и ГОСТы 8
4.2. Основная литература 8
4.3. Дополнительная литература 9
4.4. Электронные образовательные ресурсы 9
4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 9
5. Материально-техническое обеспечение 9
6. Методические рекомендации 10
6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 10
6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 10
7. Фонд оценочных средств 10
7.1. Методы контроля для оценивания результатов обучения 10
7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения 11
7.3. Оценочные средства 11

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Журналистика данных и статистический анализ» – сформировать у студентов системное представление о методах сбора, обработки, анализа и визуализации данных в журналистской деятельности, а также развить практические навыки создания материалов на основе количественных данных (data-driven journalism). Курс призван дать профессионально-ориентирующее понимание того, как работать с массивами данных, извлекать из них значимую информацию, проверять гипотезы и представлять результаты в доступной и наглядной форме для различных аудиторий.

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

– сформировать понимание сущности, функций и места журналистики данных в системе современных медиа;

– познакомить студентов с основными источниками данных (открытые государственные базы, статистические ведомства, корпоративная отчетность, социальные сети);

– изучить базовые статистические методы, применяемые в журналистике данных: описательная статистика, корреляционный и регрессионный анализ, проверка статистических гипотез;

– выработать практические навыки работы с электронными таблицами (Excel, Google Sheets) для очистки, нормализации и анализа данных;

– освоить технологии визуализации данных (инфографика, диаграммы, интерактивные карты) с использованием специализированных онлайн-сервисов;

– сформировать представление об этических аспектах работы с данными: достоверность, конфиденциальность, корректная интерпретация;

– развить навыки сторителлинга на основе данных, создания data-driven журналистских материалов;

– ознакомить с современными трендами журналистики данных, включая использование искусственного интеллекта и больших данных в медиа.

Обучение по дисциплине «Журналистика данных и статистический анализ» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**
ПК-1. Способен анализировать современное состояние и тенденции развития медиарынка для выработки стратегии деятельности СМИ.	ИПК-1.1. Использует методы статистического анализа данных для выявления трендов и закономерностей в медиасреде.
ПК-2. Способен создавать медиаконтент для различных аудиторий и медиаплатформ с учетом требований аудитории и задач организации.	ИПК-2.1. Создает журналистские материалы на основе количественных данных, применяя методы визуализации и сторителлинга.
ПК-3. Способен осуществлять проектную деятельность в сфере медиа и корпоративных коммуникаций.	ИПК-3.1. Применяет технологии сбора и обработки данных при реализации медиапроектов и коммуникационных исследований.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Журналистика данных и статистический анализ» (Б1.2.15) относится к разделу «Часть, формируемая участниками образовательных отношений» (Б1.2). Преподается в 7 семестре студентам 4 курса.

Дисциплина логически и содержательно связана с предшествующими курсами («Основы корпоративной журналистики», «Теории и практики корпоративной культуры», «Технологии корпоративного управления для журналистов», «Основы бренд-журналистики»), опирается на знания, полученные при изучении смежных дисциплин, и является базовой для последующего выполнения выпускной квалификационной работы, а также для профессиональной деятельности в корпоративных медиа, где требуется работа с аналитикой, аудиторными исследованиями и бизнес-показателями.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 72 часа (2 зачетные единицы).

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость
(очная форма обучения)

№ п/п	Вид учебной работы	Всего часов	Семестр 3
	Аудиторные занятия	**36**	**36**
	В том числе:		
1.	Лекции	14	14
2.	Семинарские/Практические занятия	16	16
3.	Лабораторные занятия	6	6
	Самостоятельная работа	**36**	**36**
	В том числе:		
1.	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений, разработка моделей, подготовка и редактирование текстов, анализ количественных данных	36	36
	Промежуточная аттестация		
	Зачет		
	Итого	**108**	**108**

3.2. Тематический план изучения дисциплины
(очная форма обучения)

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.	Раздел 1. Введение в журналистику данных: понятие, история, источники	10	2	2	-	-	6

2.	Раздел 2. Основы статистического анализа для журналистов	16	4	4	2	-	6
3.	Раздел 3. Сбор, очистка и подготовка данных	14	2	2	2	-	8
4.	Раздел 4. Визуализация данных и инфографика	14	2	4	2	-	6
5.	Раздел 5. Сторителлинг на основе данных: создание дата-журналистских материалов	10	2	2	-	-	6
6.	Раздел 6. Продвинутые методы и тренды журналистики данных	8	2	2	-	-	4
	Зачет						
Итого		**72**	**14**	**16**	**6**	**-**	**36**

3.3. Содержание дисциплины

Раздел 1. Введение в журналистику данных: понятие, история, источники

Журналистика данных (data journalism): определение, сущность, функции. Место журналистики данных в системе современных медиа. История развития журналистики данных в России и за рубежом. Данные и большие данные (Big Data): понятие, типы, свойства. Открытые данные (Open Data) и их значение для журналистики. Основные источники данных: государственные статистические ведомства (Росстат, Банк России, Минфин), международные организации (Евростат, Всемирный банк, ООН), корпоративная отчетность, данные социальных сетей, отраслевые базы данных. Принципы поиска данных онлайн и оффлайн. Верификация данных: проверка достоверности, релевантности и актуальности. Понятие машиночитаемых форматов: XLS, CSV, JSON, XML. Правовые и этические аспекты работы с данными: конфиденциальность, защита персональных данных, корректная интерпретация.

Раздел 2. Основы статистического анализа для журналистов

Статистика как инструмент журналистского анализа. Основные понятия: переменные, типы шкал (номинальная, порядковая, интервальная, относительная). Описательная статистика: среднее арифметическое, медиана, мода, дисперсия, стандартное отклонение. Распределения вероятностей (нормальное распределение). Корреляционный анализ: понятие корреляции, коэффициент корреляции Пирсона, интерпретация связи между переменными. Регрессионный анализ: основные понятия, простая линейная регрессия. Проверка статистических гипотез: нулевая и альтернативная гипотезы, уровень значимости, p-значение. Статистические методы в медиаисследованиях:

анализ аудитории, измерение эффективности контента. Практическая работа со статистическими данными в электронных таблицах. Типичные ошибки при интерпретации статистических данных.

Раздел 3. Сбор, очистка и подготовка данных

Методы сбора данных: парсинг (скрапинг) веб-страниц, работа с открытыми API, использование специализированных инструментов (ParseHub, Octoparse). Очистка данных (data cleaning): выявление и исправление ошибок, работа с пропущенными значениями, удаление дубликатов, нормализация форматов. Структурирование данных для анализа: создание датасетов, правила оформления таблиц. Работа с электронными таблицами: Excel и Google Sheets. Базовые функции: фильтрация, сортировка, сводные таблицы, функции ВПР, SUMIF, COUNTIF. Преобразование «человеческих» данных в машиночитаемые. Инструменты для работы с большими объемами данных: OpenRefine, Python (базовые навыки работы с библиотеками pandas). Принципы хранения и управления данными.

Раздел 4. Визуализация данных и инфографика

Визуализация данных как метод представления информации и способ ее анализа. Психология восприятия визуальной информации. Принципы эффективной визуализации: простота, точность, наглядность, доступность. Типы визуализации и их выбор в зависимости от данных: столбчатые и линейчатые диаграммы, гистограммы, круговые диаграммы, точечные графики, линейные графики (тренды), тепловые карты, деревья, сетевые графики, пузырьковые диаграммы. Инфографика как жанр журналистики: виды и типы инфографики, критерии корректности. Интерактивная визуализация данных. Инструменты визуализации: Excel, Google Sheets, Infogram, Datawrapper, Tableau, Flourish, RawGraphs. Создание дашбордов (информационных панелей). Особенности визуализации данных для корпоративных медиа и бренд-журналистики.

Раздел 5. Сторителлинг на основе данных: создание дата-журналистских материалов

Data-driven storytelling: интеграция данных в журналистское повествование. Этапы создания дата-журналистского материала: формулировка вопроса, сбор данных, анализ, поиск смысла, разработка нарратива, визуализация, публикация. Постановка гипотез и вопросов к данным. Поиск инсайтов и закономерностей в данных. Структура дата-журналистского материала: заголовок, лид, контекст, данные, визуализация, выводы. Форматы дата-журналистики: лонгриды, спецпроекты, интерактивные истории, подкасты с данными, дашборды. Особенности создания контента для разных платформ (веб, печать, соцсети). Этика дата-журналистики: объективность, избегание манипуляции, корректная интерпретация данных. Разбор успешных кейсов дата-журналистики в российских и зарубежных СМИ.

Раздел 6. Продвинутые методы и тренды журналистики данных

Большие данные (Big Data) в медиаиндустрии: анализ аудитории, персонализация контента, расследовательская журналистика. Искусственный интеллект и машинное обучение в журналистике: автоматическая генерация текстов, анализ социальных сетей, прогнозирование. Геоданные и работа с картами: географические информационные системы (GIS), создание интерактивных карт (Mapbox, Leaflet, QGIS). Сетевой анализ и работа с графами. Кластеризация данных. Применение методов журналистики данных в

корпоративных медиа и бренд-журналистике. Современные тренды: дата-арт, физикализация данных. Будущее журналистики данных: прогнозы и вызовы.

3.4. Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий
(очная форма обучения)

3.4.1. Семинарские/практические занятия

1. Семинар 1. Журналистика данных: понятие, история, место в современной медиасистеме. 2 ч
2. Семинар 2. Источники данных для журналиста: Росстат, Банк России, международные базы. 2 ч
3. Семинар 3. Основы статистического анализа: описательная статистика, средние величины. 2 ч
4. Семинар 4. Корреляционный и регрессионный анализ: применение в журналистике. 2 ч
5. Семинар 5. Практика сбора и очистки данных: работа с датасетами. 2 ч
6. Семинар 6. Визуализация данных: выбор типа визуализации, принципы эффективного дизайна. 2 ч
7. Семинар 7. Создание инфографики: практикум в онлайн-сервисах. 2 ч
8. Семинар 8. Защита итоговых проектов (дата-журналистский материал). 2 ч

3.4.2. Лабораторные занятия

1. Лабораторная работа 1. Основы работы с электронными таблицами: фильтрация, сортировка, сводные таблицы, функции. 2 ч
2. Лабораторная работа 2. Очистка и нормализация данных в Excel/Google Sheets. Работа с пропущенными значениями. 2 ч
3. Лабораторная работа 3. Создание визуализации данных в специализированных сервисах (Datawrapper, Infogram, Flourish). 2 ч

3.5. Тематика курсовых проектов (курсовых работ)
Не предусмотрены.

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1. Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» (ред. от 25.12.2023). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ (дата обращения: 25.08.2025).

2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» (ред. от 25.12.2023). – URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ (дата обращения: 25.08.2025).

4.2. Основная литература

1. Gray, J. The Data Journalism Handbook: Towards A Critical Data Practice / J. Gray, L. Bounegru. – Amsterdam : Amsterdam University Press, 2021. – 424 p. – ISBN 978-94-6372-246-1.

2. Савельев, В. В. Статистика и котики / В. В. Савельев. – Москва : Эксмо, 2018. – 304 с. – ISBN 978-5-04-093172-3.
3. Богачев, А. А. Графики, которые убеждают всех / А. А. Богачев. – Москва : Манн, Иванов и Фербер, 2020. – 256 с. – ISBN 978-5-00146-684-2.
4. Грищенко, В. И. Анализ данных в профессиональной сфере : учебное пособие / В. И. Грищенко. – Краснодар : КубГУ, 2022. – 128 с.

4.3. Дополнительная литература

1. Chambers, L. The Data Journalism Handbook / L. Chambers, J. Gray, L. Bounegru. – Sebastopol : O'Reilly Media, 2012. – 194 p. – ISBN 978-1-449-33006-4.
2. Хофстеде, Г. Культуры и организации: психология межкультурного взаимодействия / Г. Хофстеде, Г. Й. Хофстеде, М. Минков ; пер. с англ. – Санкт-Петербург : Питер, 2019. – 464 с. – ISBN 978-5-4461-1268-1.
3. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие для вузов / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. – Москва : Юрайт, 2022. – 256 с. – (Высшее образование). – ISBN 978-5-534-06099-7.
4. Савельев, В. В. Бизнес, статистика и котики / В. В. Савельев. – Москва : Эксмо, 2023. – 320 с. – ISBN 978-5-04-178900-8.

4.4. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не предусмотрено.

4.5. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
Информационно-аналитическая система «Медиалогия» https://www.mlg.ru/
Исследовательская компания Mediascope https://mediascope.net/
Сайт Российской ассоциации по связям с общественностью (PACO) https://raso.ru/
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU https://elibrary.ru/
Федеральная служба государственной статистики (Росстат) https://rosstat.gov.ru/
Банк России (статистика) https://cbr.ru/statistics/

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций. Университет обеспечен необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям здоровья, при наличии заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс «Журналистика данных и статистический анализ» строится на сочетании теоретических знаний о методах работы с данными и практических навыков их применения в журналистской деятельности. Преподавателю рекомендуется активно использовать в учебном процессе реальные датасеты, кейсы из практики российских и зарубежных СМИ, а также практические инструменты сбора, очистки и визуализации данных.

Важно акцентировать внимание на специфике журналистики данных как деятельности, сочетающей аналитические компетенции (работа с числами, статистика) и журналистские навыки (поиск истории, сторителлинг, работа с аудиторией). Рекомендуется использовать методологию проектной работы: студенты разрабатывают дата-журналистский материал от формулировки вопроса до финальной публикации с визуализацией.

Для повышения практической значимости курса целесообразно организовывать встречи с представителями редакций, специализирующихся на журналистике данных, дата-журналистами. Основная задача практических занятий – научить студентов применять статистические методы, очищать и структурировать данные, создавать эффективные визуализации и сторителлинг на основе данных. Лабораторные занятия посвящены освоению конкретных инструментов (электронные таблицы, сервисы визуализации) в формате практических мастер-классов.

6.2. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение дисциплины предполагает активную самостоятельную работу, значительный объем аналитической и проектной деятельности. Для успешного освоения курса студенту необходимо регулярно знакомиться с примерами дата-журналистики в российских и зарубежных СМИ, изучать успешные проекты в этой сфере, отслеживать тренды и новые инструменты.

При подготовке к семинарским занятиям рекомендуется использовать не только учебную литературу, но и реальные датасеты, открытые базы данных, материалы успешных дата-журналистских проектов. Полезно создать собственную базу примеров эффективной визуализации и сторителлинга.

Важным элементом обучения является выполнение практических заданий по сбору и очистке данных, статистическому анализу, созданию визуализаций. Итоговым заданием является индивидуальный проект по созданию дата-журналистского материала (data-driven article, лонгрид с визуализацией, интерактивный проект) на основе самостоятельно собранных и проанализированных данных.

Дисциплина оценивается в ходе зачета, для подготовки к которому студенту необходимо освоить ключевые теоретические концепции и методы журналистики данных, знать инструменты сбора и обработки данных, уметь создавать визуализации и сторителлинг на основе данных, а также подготовить и защитить итоговый проект.

7. Фонд оценочных средств

7.1. 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 и защита практических заданий по сбору и очистке данных, статистическому анализу, созданию визуализаций, разработке дата-журналистских материалов, участие в деловых играх и практических воркшопах.

Форма промежуточной аттестации – зачет, который проводится в форме защиты итогового проекта (дата-журналистский материал с визуализацией) и устного собеседования по теоретическим вопросам курса.

Зачет проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка по двухбалльной шкале («зачтено», «не зачтено»).

7.2. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Оценка «зачтено» выставляется, если студент:

– демонстрирует системное понимание сущности, функций и методов журналистики данных;

– свободно ориентируется в источниках данных, методах сбора и верификации информации;

– владеет базовыми статистическими методами и способен применять их при анализе данных;

– умеет работать с электронными таблицами и инструментами визуализации, создавать наглядные и корректные визуализации;

– показывает высокий уровень практических навыков в создании дата-журналистских материалов и сторителлинга на основе данных;

– активно участвовал на практических занятиях, выполнил все практические и лабораторные задания и подготовил качественный итоговый проект с обоснованной концепцией и практическими рекомендациями;

– уверенно отвечает на вопросы по теоретическому материалу курса.

Оценка «не зачтено» выставляется, если студент:

– не знает основных теоретических положений курса, путается в базовых понятиях;

– не понимает сущности и методов журналистики данных, не может охарактеризовать источники и процессы работы с данными;

– не владеет навыками работы с электронными таблицами и инструментами визуализации;

– не участвовал в практических занятиях, не выполнил практические и лабораторные задания и не подготовил итоговый проект;

– не может дать развернутые ответы на вопросы экзаменационного собеседования.

7.3. Оценочные средства

7.3.1. Вопросы для текущего контроля и промежуточной аттестации (зачета)

1. Журналистика данных: определение, сущность, функции.
2. История развития журналистики данных в России и за рубежом.

3. Понятие данных и больших данных (Big Data) в журналистике.
4. Открытые данные (Open Data) и их значение для журналиста.
5. Основные источники данных для журналиста: государственные, корпоративные, социальные.
6. Принципы поиска и верификации данных.
7. Машиночитаемые форматы данных: XLS, CSV, JSON, XML.
8. Правовые и этические аспекты работы с данными.
9. Основные понятия статистики: переменные, типы шкал.
10. Описательная статистика: среднее, медиана, мода, дисперсия, стандартное отклонение.
11. Корреляционный анализ: понятие корреляции, коэффициент корреляции Пирсона.
12. Регрессионный анализ: основные понятия, простая линейная регрессия.
13. Проверка статистических гипотез: нулевая и альтернативная гипотезы, уровень значимости, p-значение.
14. Типичные ошибки при интерпретации статистических данных.
15. Методы сбора данных: парсинг веб-страниц, работа с API.
16. Очистка данных (data cleaning): выявление и исправление ошибок, работа с пропущенными значениями.
17. Структурирование данных: создание датасетов, правила оформления таблиц.
18. Работа с электронными таблицами: основные функции (фильтрация, сортировка, сводные таблицы).
19. Инструменты для работы с данными: OpenRefine, Python (основы pandas).
20. Визуализация данных: цели, принципы эффективной визуализации.
21. Типы визуализации данных и их выбор в зависимости от данных.
22. Инфографика как жанр журналистики: виды и критерии корректности.
23. Интерактивная визуализация данных.
24. Инструменты визуализации данных: Excel, Datawrapper, Infogram, Tableau, Flourish.
25. Создание дашбордов (информационных панелей).
26. Сторителлинг на основе данных: понятие, этапы создания.
27. Постановка гипотез и вопросов к данным. Поиск инсайтов.
28. Структура дата-журналистского материала.
29. Форматы дата-журналистики: лонгриды, спецпроекты, интерактивные истории.
30. Этика дата-журналистики: объективность, избегание манипуляции.
31. Большие данные в медиаиндустрии: анализ аудитории, персонализация контента.
32. Искусственный интеллект и машинное обучение в журналистике.
33. Геоданные и работа с картами: географические информационные системы (GIS).
34. Сетевой анализ и работа с графами.
35. Кластеризация данных и ее применение в журналистике.
36. Применение методов журналистики данных в корпоративных медиа.
37. Современные тренды журналистики данных: дата-арт, физикализация данных.
38. Кейсы успешных дата-журналистских проектов в российских СМИ.
39. Кейсы успешных дата-журналистских проектов в зарубежных СМИ.
40. Будущее журналистики данных: прогнозы и вызовы.

7.3.2. Темы индивидуальных / групповых творческих заданий

Индивидуальные задания

1. Анализ дата-журналистского проекта (выбрать проект, описать методологию, источники данных, визуализацию, сторителлинг, оценить эффективность).
2. Сбор и очистка данных по заданной теме (например, «Динамика цен на товары в регионе», «Статистика ДТП», «Бюджет города») – подготовить чистый датасет.

3. Проведение статистического анализа данных (расчет описательных статистик, корреляционный анализ, проверка гипотез) и подготовка отчета с выводами.
4. Создание визуализации данных (не менее двух типов диаграмм) на основе заданного датасета с использованием Excel, Datawrapper или Flourish.
5. Разработка концепции дата-журналистского материала: формулировка вопроса, гипотезы, план сбора данных, визуализация, структура текста.
6. Написание дата-журналистской статьи (лонгрида) на основе самостоятельно собранных и проанализированных данных (объем не менее 3000 знаков с пробелами, не менее 2 визуализаций).
7. Создание интерактивной инфографики или дашборда на основе открытых данных.
8. Разработка контент-плана для корпоративного медиа с использованием методов журналистики данных.

Групповые задания

1. «Дата-журналистское расследование». Собрать и проанализировать данные по актуальной социально-экономической теме (выбор темы по согласованию с преподавателем). Подготовить мультимедийный проект, включающий: датасет (чистые данные), аналитическую записку (выводы по данным), визуализацию (не менее 3 типов), журналистский материал (статья или лонгрид, не менее 5000 знаков), презентацию проекта. Защитить проект перед аудиторией.
2. «Разработка дашборда для корпоративного медиа». Разработать дашборд (информационную панель) для мониторинга ключевых показателей деятельности организации или отрасли (например, для корпоративного издания: динамика продаж, удовлетворенность сотрудников, показатели эффективности коммуникаций). Включить не менее 5 визуализаций разных типов, фильтры, пояснительный текст. Подготовить руководство по использованию дашборда.
3. «Создание спецпроекта на основе данных». Разработать концепцию и подготовить пилотный выпуск спецпроекта (лонгрид, интерактивный сайт, серия материалов) для корпоративного медиа или СМИ на основе данных. Включить: исследование данных, визуализацию, нарратив, план продвижения. Защитить проект в формате питча перед «редакцией».
4. «Анализ аудитории корпоративных медиа на основе данных». Собрать и проанализировать данные об аудитории корпоративного медиа (например, данные веб-аналитики, социальных сетей, опросов). Подготовить аналитический отчет с выводами о портрете аудитории, предпочтениях, эффективности контента, рекомендациями по оптимизации. Подготовить визуализацию ключевых метрик.
5. «Интерактивная карта для корпоративного медиа». Разработать концепцию и прототип интерактивной карты для корпоративного медиа (например, география присутствия компании, локации клиентов, логистические маршруты, социальные проекты в регионах). Собрать геоданные, подготовить визуализацию в Mapbox или Leaflet, написать пояснительный текст и инструкцию по использованию.