Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 15:16:02
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742f9ffe1b8b6

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

МОДЕЛИРОВАНИЕ И ПРОЕКТИРОВАНИЕ УЧЕБНЫХ СМИ

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профиль
Мультимедийная журналистика и цифровое продюсирование

Квалификация
Бакалавр

Форма обучения
Очная

Москва, 2026 г.

Разработчик:

К.полит.н.  /С.Р. Мухамадуллин/

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

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 6
   3.3 Содержание дисциплины 6
   3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий 7
   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 8
   4.4 Электронные образовательные ресурсы 9
   4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 9
   4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 9
5. Материально-техническое обеспечение 9
6. Методические рекомендации 9
   6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 9
   6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 10
7. Фонд оценочных средств 11
   7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 11
   7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения 11
   7.3 Оценочные средства 12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Моделирование и проектирование учебных СМИ» – сформировать у обучающихся систему практических знаний и умений в области создания, организации работы и выпуска учебных средств массовой информации, а также выработать навыки командной работы в редакции, планирования выпуска и подготовки журналистских материалов в соответствии с профессиональными стандартами и технологическими требованиями современной медиаиндустрии. Дисциплина ориентирована на освоение студентами различных профессиональных ролей, существующих в современной редакции: авторской, редакторской, проектной, организационной и социально-просветительской. В ходе обучения студенты не только знакомятся с теорией, но и непосредственно участвуют в моделировании и проектировании учебного медиапродукта – от зарождения идеи до финального выпуска, что позволяет им получить первичный практический опыт, приближенный к реальной профессиональной деятельности.

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

- изучение особенностей различных направлений работы журналиста, включая подготовку собственных публикаций и сотрудничество с другими участниками производства медиапродукта;
- освоение специфики индивидуально-творческой журналистской работы, её задач и методов, технологии и способов технического сопровождения;
- приобретение первоначальных умений работы с источниками информации, используя разнообразные методы её сбора, селекции и проверки;
- выработка умений находить темы, оперативно и в срок готовить журналистские материалы, используя адекватные языковые и другие изобразительно-выразительные средства, принятые форматы, стандарты и технологические требования;
- освоение навыков редактирования и внесения корректорской правки в подготовленные материалы, участия в анализе и обсуждении выпускав редакции;
- формирование умений использовать в профессиональной деятельности современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;
- развитие способности участвовать в разработке и реализации индивидуального и коллективного проекта в сфере журналистики.

Обучение по дисциплине «Моделирование и проектирование учебных СМИ» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-3. Способен осуществлять социальное взаимодействие и реализовывать свою роль в команде	ИУК-3.1. Участвует в межличностном и групповом взаимодействии при совместной работе над учебным медиапроектом, используя инклюзивный подход, эффективную коммуникацию и методы командообразования. ИУК-3.2. Обеспечивает работу редакционной команды для получения оптимальных результатов совместной работы при подготовке и выпуске учебного СМИ, с учётом индивидуальных возможностей её членов. ИУК-3.3. Знает концепции, принципы и методы построения эффективной работы в

	команде с учётом правовых и этических принципов и норм социального взаимодействия.
ПК-1. Способен участвовать в разработке и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ИПК-1.1. Участвует в разработке концепции учебного СМИ, определении его тематической направленности, периодичности, формата и целевой аудитории. ИПК-1.2. Участвует в планировании содержания выпусков учебного СМИ и корректирует его в соответствии с актуальной информационной повесткой. ИПК-1.3. Участвует в подготовке и выпуске учебного СМИ, распределяя роли и задачи в редакционной команде.

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к обязательной части блока Б1 «Дисциплины (модули)».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Профессиональная этика журналиста», «Основы тележурналистики».

3. Структура и содержание дисциплины

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

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			6	-
	Аудиторные занятия		36	-
	В том числе:			-
1	Лекции		14	-
2	Семинарские/практические занятия		22	-
3	Лабораторные занятия		-	-
	Самостоятельная работа		36	-
	В том числе:			-
1	Проведение исследования, подготовка презентации, докладов, сообщений		20	-

2	Подготовка к практическим занятиям (изучение лекционного материала)		16	-
	Промежуточная аттестация			-
	Зачет		-	-
	Итого		72	-

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная 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. Медиапроектирование как основа создания СМИ: концепция, аудитория, формат	14	4	4	-	-	6
2	Тема 2. Редакционное планирование и управление производством медиапродукта	14	4	4	-	-	6
3	Тема 3. Технологии подготовки контента для разных медиаплатформ	16	4	6	-	-	6
4	Тема 4. Инструменты ИИ для работы редакции	12	-	4	-	-	8
5	Тема 5. Распространение, продвижение и оценка эффективности медиапродукта	16	2	4	-	-	10
Итого		**72**	**14**	**22**	**-**	**-**	**36**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Медиапроектирование как основа создания СМИ: концепция, аудитория, формат

Проектирование медиа как системный процесс: от идеи к реализации. Определение миссии и целей будущего СМИ. Анализ целевой аудитории: методы исследования, составление портрета читателя/зрителя/подписчика. Выбор тематической направленности и жанровой модели. Определение формата: печатное издание, интернет-СМИ, социальные сети, подкаст, видеопроект или гибридная модель. Выбор платформ распространения и их обоснование. Разработка визуальной идентичности: название, логотип, стиль, цветовая гамма. Брендбук как инструмент управления восприятием. Ресурсное планирование: кадры, оборудование, бюджет, временные ресурсы. Дорожная карта запуска медиапроекта: этапы, сроки, ответственные. Критерии успешности концепции: актуальность, уникальность, реализуемость, востребованность у аудитории. Защита концепции собственного медиапроекта.

Тема 2. Редакционное планирование и управление производством медиапродукта

Организационная структура редакции: роли и зоны ответственности (главный редактор, выпускающий редактор, корреспонденты, бильдредактор, дизайнер, верстальщик, SMM-менеджер). Принципы эффективной командной работы и распределения задач. Редакционный цикл производства: планирование выпуска, сбор информации, подготовка материалов, редактирование, вёрстка/монтаж, выпуск и распространение. Информационная повестка: поиск и отбор информационных поводов, их селекция и приоритизация. Формирование плана выпуска: тематическое планирование, распределение заданий, контроль дедлайнов. Технология планирования рабочего времени редакции. Проведение редакционных совещаний: цели, регламент, принятие решений. Документооборот редакции: брифы, технические задания, календарные планы. Взаимодействие с внешними партнёрами и источниками информации. Типичные управленческие ошибки в редакционной работе и способы их предотвращения.

Тема 3. Технологии подготовки контента для разных медиаплатформ

Жанровое многообразие контента в современном СМИ. Информационные жанры: новостная заметка, репортаж, интервью, отчёт. Аналитические жанры: статья, колонка, обозрение, комментарий. Художественно-публицистические жанры: очерк, зарисовка, эссе. Технология подготовки текстов для печатной версии: структура, язык, стиль, заголовки, лиды. Особенности текстов для интернет-СМИ: SEO-оптимизация, гипертекст, адаптация под мобильные устройства. Подготовка материалов для социальных сетей: адаптация текстов под различные форматы. Основы видеосъёмки: кадр, ракурс, монтаж, работа со звуком. Запись и монтаж подкастов: оборудование, программа записи, обработка звука. Работа с источниками информации: наблюдение, интервью, работа с документами, поиск в интернете. Фактчекинг и проверка информации на достоверность. Литературное редактирование, корректура и форматирование текстов.

Тема 4. Инструменты ИИ для работы редакции

Обзор современных нейросетей и сервисов ИИ, полезных для редакционной работы. Генерация идей и контента: написание черновиков, подбор заголовков, создание сценариев. Автоматическая расшифровка аудио и видео: сервисы транскрибирования для интервью и записей. Нейросети для работы с изображениями: генерация иллюстраций, обработка фотографий, создание инфографики. Инструменты для создания видео и аудиоконтента: синтез речи, автоматический монтаж, генерация субтитров. Нейросети для анализа данных и аудитории: обработка комментариев, анализ тональности, выявление трендов. Инструменты проверки текстов на грамматику и стилистику. Интеграция ИИ в редакционные процессы на разных этапах: планирование, сбор информации, производство, продвижение. Ограничения и риски использования ИИ: галлюцинации, потеря авторского голоса, этические аспекты, ответственность за публикацию. Выбор ИИ-инструментов в зависимости от редакционных задач.

Тема 5. Распространение, продвижение и оценка эффективности медиапродукта

Каналы распространения: печатное распространение (тираж, дистрибуция), цифровая дистрибуция (сайт, соцсети, подкаст-платформы). Выбор каналов в зависимости от целевой аудитории и формата. Стратегии продвижения: контент-маркетинг, SMM, работа с подписчиками, коллаборации. Продвижение в VK: алгоритмы рекомендаций, работа с сообществом, рекламные инструменты. Продвижение в других соцсетях и платформах. Создание и ведение сообщества вокруг СМИ: вовлечение аудитории, работа с обратной связью, модерация. Инструменты продвижения: таргетированная реклама, кросс-постинг, участие в профессиональных мероприятиях. Методы оценки эффективности: количественные метрики (охват, просмотры, дочитываемость, вовлечённость, переходы, подписки), качественные показатели (репутация, узнаваемость, лояльность). Инструменты аналитики. Интерпретация аудиторных данных и принятие решений на их основе.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

1. Разработка и защита концепции собственного медиапроекта
2. Редакционное планирование: распределение ролей и планирование выпуска
3. Практика подготовки материалов для разных платформ (текст, фото, видео, подкаст)
4. Работа с источниками информации и фактчекинг
5. Использование ИИ-инструментов в редакционной работе
6. Разработка стратегии продвижения медиапродукта

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 31.07.2025) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

Федеральный закон от 27.07.2006 N 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61798/ [Режим доступа - свободный]

Федеральный закон от 27.07.2006 N 152-ФЗ «О персональных данных» // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_61801/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент : учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/587644 (дата обращения: 19.05.2026)

Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум для вузов / А. В. Колесниченко. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2026. — 325 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18979-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/583952 (дата обращения: 18.06.2026)

4.3 Дополнительная литература

Технология новостей от Интерфакса: учебное пособие для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению 030600 «Журналистика» и специальности 030601 "Журналистика". - М.: Аспект Пресс, 2013. – 159 с.

Бобров, А. А. Шаги в медиасферу. Выпуск учебных СМИ : учебное пособие / А. А. Бобров. — Москва : МосГУ, 2023. — 164 с. — ISBN 978-5-907650-46-6. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/403133 (дата обращения: 14.05.2026). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

Сайт Союза журналистов России : нормативные документы, этические кодексы, профессиональные стандарты. – URL: https://ruj.ru/ (дата обращения: 18.06.2026).

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Официальный интернет-портал правовой информации. Законодательная база, нормативно-правовое обеспечение, статьи. http://pravo.gov.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
4. Научная электронная библиотека https://elibrary.ru/
5. Электронная библиотечная система «Университетская библиотека-online» https://biblioclub.ru/index.php?page=book_blocks&view=main_ub
6. Российский книжный союз https://bookunion.ru/
7. Гильдия издателей периодической печати (ГИПП) www.gipp.ru

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

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Дисциплина «Моделирование и проектирование учебных СМИ» является дисциплиной профессионального цикла и обеспечивает формирование компетентности обучающегося в тесной связи с важнейшими дисциплинами профиля и дисциплинами профессионального цикла в целом. В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы студента, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Моделирование и проектирование учебных СМИ».

Преподавание лекционного материала по дисциплине «Моделирование и проектирование учебных СМИ» осуществляется на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и учебного плана по направлению 42.03.02 Журналистика.

Лекции по дисциплине читаются с учетом предварительного формирования предусмотренных ОП компетенций. Перечень основной и дополнительной литературы приведен в п.4 настоящей рабочей программы.

Поощряется подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны быть поняты студентами и излагаются на первом практическом

занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих практических занятий. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

Методическая модель преподавания дисциплины основана на применении активных методов обучения. Принципами организации учебного процесса являются: выбор методов преподавания в зависимости от различных факторов, влияющих на организацию учебного процесса; объединение нескольких методов в единый преподавательский модуль в целях повышения эффективности процесса обучения; активное участие слушателей в учебном процессе; приведение примеров применения изучаемого теоретического материала к реальным практическим ситуациям. Используемые методы преподавания при проведении практических занятий: лекционные занятия с использованием наглядных пособий и раздаточных материалов, метод «мозгового штурма», индивидуальные и групповые задания, ролевые игры, анализ конкретных ситуаций (кейс-метод), защита проектов. При проведении практических занятий рекомендуется широко использовать проектную работу, организовывать ролевые игры, моделирующие работу редакции, проводить тренинги по планированию выпусков и подготовке материалов. Особое внимание следует уделять созданию учебного медиапродукта как итогового результата курса, что позволяет студентам применить полученные знания в комплексе.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, доклада, презентации в мультимедийном формате по теме курса, а также практическая работа над собственным медиапроектом.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Рекомендуется работа с первоисточниками. 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 10 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 практических занятий.

Особое внимание в самостоятельной работе студентов должно быть уделено практической работе над медиапроектом. Рекомендуется на каждом этапе фиксировать результаты работы, вести редакционную документацию, анализировать промежуточные итоги. Важно соблюдать дедлайны и работать в команде, распределяя роли в соответствии с редакционной структурой.

Студентам рекомендуется регулярно знакомиться с успешными примерами студенческих медиа, анализировать их концепции, форматы и содержательные модели, использовать этот опыт при разработке собственного проекта.

Для подготовки итогового проекта рекомендуется заранее выбрать тематическую направленность и целевую аудиторию, продумать формат и платформы распространения. Проект выполняется в течение семестра с консультационной поддержкой преподавателя. Итоговая защита предполагает презентацию готового медиапродукта и аналитического отчёта о результатах работы.

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: опрос студентов на семинарах, выполнение творческих заданий, подготовка и защита проектов, контрольный опрос.

Форма промежуточной аттестации – зачет, который может проводиться как в письменном виде, так и в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают вопросы для собеседований, тематику творческих заданий, тематику проектов, контрольные вопросы для проведения зачета.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой 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 выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоги промежуточной аттестации по дисциплине, выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

Оценка **«зачтено»** выставляется в том случае, если выполнены все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой. Студент демонстрирует знания методологии медиапроектирования, этапов создания медиапродукта, редакционных ролей и процессов, технологий подготовки контента для разных медиаплатформ, инструментов ИИ для работы редакции, стратегий распространения и продвижения медиапродукта. Обучающийся умеет разрабатывать концепцию СМИ, планировать выпуски, распределять редакционные роли, готовить материалы для разных платформ, использовать ИИ-инструменты в редакционной работе, продвигать медиапродукт и анализировать его эффективность. Обучающийся владеет навыками проектной работы, работы в редакционной команде, создания контента для разных платформ, использования инструментов ИИ и аналитики. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

Оценка **«не зачтено»** выставляется в том случае, если не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных рабочей программой. Студент демонстрирует неполное знание методологии медиапроектирования и редакционных процессов, допускает значительные ошибки при разработке концепции и планировании выпусков, проявляет отсутствие знаний о технологиях подготовки контента и инструментах ИИ. Обучающийся не умеет разрабатывать концепцию СМИ, планировать выпуски и распределять редакционные роли, испытывает значительные затруднения при подготовке материалов для разных платформ. Студент не владеет навыками проектной работы, работы в команде, создания контента и использования ИИ-инструментов. Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточные знания сущности медиапроектирования, не понимает роли планирования и управления в редакционной работе, не может учитывать профессиональные стандарты в своей деятельности.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерные вопросы для коллоквиумов, собеседований

1. Понятие медиапроектирования. Этапы создания СМИ: от идеи к реализации.
2. Определение миссии и целей СМИ.
3. Методы исследования целевой аудитории.
4. Выбор тематической направленности и жанровой модели СМИ.
5. Форматы СМИ: печатное издание, интернет-СМИ, соцсети, подкаст, видеопроект. Преимущества и ограничения.
6. Выбор платформ распространения и их обоснование.
7. Разработка визуальной идентичности СМИ.
8. Брендбук как инструмент управления восприятием.
9. Ресурсное планирование: кадры, оборудование, бюджет.
10. Дорожная карта запуска медиапроекта.
11. Критерии успешности концепции СМИ.
12. Организационная структура редакции: роли и зоны ответственности.
13. Принципы эффективной командной работы.
14. Редакционный цикл производства: этапы и их характеристика.
15. Информационная повестка: поиск и отбор информационных поводов.
16. Формирование плана выпуска и контроль дедлайнов.
17. Технология планирования рабочего времени редакции.
18. Проведение редакционных совещаний: цели, регламент, принятие решений.
19. Документооборот редакции: брифы, ТЗ, календарные планы.
20. Жанровое многообразие контента в современном СМИ.
21. Технология подготовки текстов для печатной версии.
22. Особенности текстов для интернет-СМИ.
23. Подготовка материалов для социальных сетей.
24. Основы фото- и видеосъёмки для СМИ.
25. Запись и монтаж подкастов.
26. Работа с источниками информации: наблюдение, интервью, документы.
27. Фактчекинг и проверка информации на достоверность.
28. Инструменты ИИ для работы редакции: обзор.
29. Автоматическая расшифровка аудио и видео.
30. Анализ данных и аудитории с помощью ИИ.
31. Ограничения и риски использования ИИ в редакционной работе.
32. Каналы распространения СМИ: печатные и цифровые.
33. Стратегии продвижения СМИ в цифровой среде.
34. Методы оценки эффективности медиапродукта.
35. Количественные и качественные показатели эффективности.
36. Инструменты аналитики для СМИ.

Примерные вопросы для контрольной работы

1. Перечислите основные этапы медиапроектирования. Дайте краткую характеристику каждого этапа.
2. Что такое концепция СМИ? Из каких элементов она состоит?
3. Какие методы исследования целевой аудитории существуют в медиапроектировании?
4. Опишите критерии выбора формата СМИ. Какие форматы существуют в современной медиаиндустрии?
5. Что входит в разработку визуальной идентичности СМИ? Для чего нужен брендбук?
6. Опишите организационную структуру редакции. Какие роли и зоны

ответственности существуют?
7. Перечислите этапы редакционного цикла производства медиапродукта. Дайте их краткую характеристику.
8. Что такое информационная повестка? Как происходит поиск и отбор информационных поводов?
9. Какие жанры журналистских материалов используются в современном СМИ? Дайте характеристику основных жанров.
10. В чём отличие подготовки текстов для печатной версии от текстов для интернет-СМИ?
11. Каковы особенности подготовки материалов для социальных сетей?
12. Перечислите основные инструменты ИИ, которые могут использоваться в редакционной работе. Для каких задач они применяются?

Примерная тематика докладов, рефератов, сообщений

1. Студенческие и молодёжные СМИ в России: типология и форматы.
2. Успешные кейсы студенческих медиа российских вузов.
3. Концептуальные модели современных студенческих изданий.
4. Трансформация студенческих СМИ: от печати к мультимедиа.
5. Особенности редакционного менеджмента в студенческом СМИ.
6. Роль социальных сетей в продвижении молодёжных СМИ.
7. Использование ИИ в работе современной редакции: обзор инструментов.
8. Монетизация студенческих и молодёжных медиа.
9. Специфика работы с аудиторией студенческих СМИ.
10. Дизайн и визуальная идентичность молодёжных медиа.
11. Фактчекинг в журналистике.
12. Проектирование мультимедийного контента для учебного СМИ.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к зачету

1. Медиапроектирование как системный процесс: этапы и особенности.
2. Определение миссии, целей и задач будущего СМИ.
3. Методы исследования целевой аудитории и построение портрета читателя.
4. Выбор тематической направленности и жанровой модели СМИ.
5. Форматы СМИ: печатное издание, интернет-СМИ, соцсети, подкаст, видеопроект.
6. Выбор платформ распространения и их обоснование.
7. Разработка визуальной идентичности и брендбука.
8. Ресурсное планирование: кадры, оборудование, бюджет, время.
9. Дорожная карта запуска медиапроекта.
10. Организационная структура редакции: роли и зоны ответственности.
11. Принципы эффективной командной работы в редакции.
12. Редакционный цикл производства: от планирования до выпуска.
13. Информационная повестка и поиск информационных поводов.
14. Формирование плана выпуска и контроль дедлайнов.
15. Технология планирования рабочего времени редакции.
16. Проведение редакционных совещаний.
17. Документооборот редакции: брифы, ТЗ, календарные планы.
18. Жанровое многообразие контента в современном СМИ.
19. Технология подготовки текстов для печатной версии.
20. Особенности текстов для интернет-СМИ (SEO, гипертекст, адаптивность).
21. Подготовка материалов для социальных сетей.
22. Основы фото- и видеосъёмки для СМИ.

23. Запись и монтаж подкастов.
24. Работа с источниками информации: методы и приёмы.
25. Факт-чекинг и проверка информации на достоверность.
26. Литературное редактирование и корректура текстов.
27. Инструменты ИИ для работы редакции: обзор и классификация.
28. Генерация контента с помощью нейросетей (тексты, изображения, видео).
29. Автоматическая расшифровка аудио и видео.
30. Анализ данных и аудитории с помощью ИИ.
31. Ограничения и риски использования ИИ в редакционной работе.
32. Каналы распространения СМИ: печатные и цифровые.
33. Стратегии продвижения СМИ в цифровой среде.
34. Создание и ведение сообщества вокруг СМИ.
35. Методы оценки эффективности медиапродукта.
36. Количественные и качественные показатели эффективности.
37. Инструменты аналитики для СМИ.
38. Постанализ выпуска: цели, методы, выводы.
39. Презентация и защита медиапроекта: структура и ключевые элементы.