

БЕЛОРУССКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе
и образовательным инновациям

С. Н. Здрок

« 2 » июля 2020 г.

Регистрационный № УД-8547/уч.

УПРАВЛЕНИЕ МУЛЬТИМЕДИЙНОЙ РЕДАКЦИЕЙ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 05 Журналистика

Профилизация: Медиаменеджмент

2020 г.

Учебная программа составлена на основе ОСВО 1-23 80 05-2019, учебных планов №Е23и-106/уч., №Е23-058/уч. от 11.04.2019 г.

СОСТАВИТЕЛЬ:

ШОЛОМИЦКАЯ Татьяна Леонидовна, доцент кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук.

РЕЦЕНЗЕНТ:

ПОПКО Марина Константиновна, директор ООО «Лучшие решения»

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол №13 от 01.06.2020);

Научно-методическим Советом Белорусского государственного университета (протокол № 5 от 17.06.2020)

Зав. кафедрой _____



Н.А. Федотова

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины – формирование у магистрантов системы знаний, умений и практических навыков, необходимых для управления мультимедийной редакцией, включая представления об организационной структуре и экономической деятельности мультимедийной редакции, знания об особенностях производства и дистрибуции мультимедийных продуктов на современном медиарынке, навыки администрирования редакционных процессов, проектов и персонала.

Задачи учебной дисциплины:

1. ознакомить магистрантов с особенностями экономической деятельности мультимедийной редакции;
2. сформировать у учащихся представления об устойчивых бизнес-моделях мультимедийных редакций;
3. раскрыть специфику организационных структур мультимедийных СМИ;
4. представить ключевые принципы управления медиапроектами и основные стратегии дистрибуции мультимедийного продукта;
5. сформировать навыки администрирования редакционных процессов и персонала в мультимедийной редакции.

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистра: значимость учебной дисциплины «Управление мультимедийной редакцией» определяется системной трансформацией медиарынка на современном этапе; появлением новых организационных структур и экономических моделей СМИ, требующих инновационных подходов к управлению редакцией; увеличением потребности СМИ в квалифицированных менеджерах, способных обеспечить плавный переход от традиционных методов и технологий медиапроизводства к инновационным мультимедийным в высококонкурентной рыночной среде.

Учебная дисциплина «Управление мультимедийной редакцией» предлагается магистрантам в 3 семестре и относится к модулю «Менеджмент редакции СМИ» (компонент учреждения высшего образования).

Данный курс связан с дисциплиной «Экономика медиасферы» модуля «Экономика медиасферы».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Управление мультимедийной редакцией» должно обеспечить формирование следующих специализированных компетенций:

СК-9. Уметь управлять мультимедийной редакцией СМИ, организовав производство контента и его дистрибуцию целевым аудиторным группам.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен

знать:

– определения понятий мультимедийная журналистика, мультимедийная редакция, гражданская журналистика, бренд-журналистика, вирусный

редактор, комьюнити-менеджмент, бизнес-модель, ценностное предложение, переупаковка контента, дистрибуция, монетизация;

- особенности производства и реализации мультимедийного продукта;
- стратегии дистрибуции продукции мультимедийных СМИ;
- типы организационных структур мультимедийных редакций;
- особенности бизнес-моделей мультимедийных СМИ;
- подходы к администрированию редакционных процессов и проектов;
- специфику управления персоналом в мультимедийной редакции.

уметь:

- формировать стратегию управления мультимедийной редакцией;
- оптимизировать редакционную структуру и редакционные процессы.

владеть:

- методами управления мультимедийными проектами;
- технологиями администрирования редакционных процессов;
- инструментами организации работы мультимедийной редакции.

Структура учебной дисциплины:

Факультет	Журналистики
Форма получения высшего образования	Очная
Курс	2
Семестр	3
Всего часов по дисциплине	198
Всего аудиторных часов по дисциплине	60
Лекции	10
Лекции (ДО)	4
Практические	30
Практические (ДО)	16
Форма текущей аттестации	экзамен
Трудоемкость учебной дисциплины	6 зачетных единиц

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Экономические основы деятельности мультимедийной редакции

Особенности мультимедийного продукта. Рост конкуренции на рынке информации. Перераспределение ресурсов на рекламном рынке. Новые формы взаимодействия с потребителями и рекламодателями. Трансформация бизнес-моделей СМИ на современном этапе. Мультимедийная редакция как особый тип организации. Традиционные и экспериментальные подходы к монетизации контента. Ценностные предложения мультимедийных редакций.

Тема 2. Управление производством мультимедийного продукта

Планирование в мультимедийной редакции. Сбор информации и упаковка контента. Верификация мультимедийной информации. Методы анализа и оценки качества мультимедийных продуктов. Специфика работы редакторов мультимедийных СМИ. Мультимедийное продюсирование. Финансирование мультимедийных проектов. Развитие истории после публикации. Взаимодействие с аудиторией и комьюнити-менеджмент.

Тема 3. Управление дистрибуцией контента в цифровой среде

Основные стратегии и методы дистрибуции мультимедийного контента. Мультиканальность и мультиплатформенность. Внутренняя и внешняя дистрибуция медиаконтента. Переупаковка контента. Особенности использования социальных сетей, мессенджеров, десктопных и мобильных приложений для распространения медиапродуктов. Организация взаимодействия с агрегаторами, дистрибьюторами и медиаселлерами в процессе доставки продукции СМИ к аудитории. Технические и технологические аспекты дистрибуции мультимедийных продуктов.

Тема 4. Оптимизация организационной структуры мультимедийной редакции

Основные этапы и стадии мультимедиаизации. Вариативность организационных структур в мультимедийных СМИ. Концепции «медиадома», «кулья», «круглого стола» и др. Выбор оптимальной организационной структуры в соответствии с целями редакции. Формирование новых производственных цепочек. Взаимосвязь между технологиями и инновациями в деятельности современной редакции. Управление инновационными рисками.

Тема 5. Администрирование процессов и управление проектами в мультимедийной редакции

Проектный и процессный подходы в управлении инновационной деятельностью. Типы процессов и особенности их администрирования в мультимедийной редакции. Выбор методологии проектного управления. Основные этапы реализации проекта: инициация, планирование, выполнение,

мониторинг, контроль, завершение. Координация коммуникационных потоков в мультимедийной редакции. CRM-системы.

Тема 6. Новые подходы к оценке компетенций и оплате труда сотрудников

Новые профессии и специализации: журналист-рюкзачник, журналист-эксперт, продюсер и режиссер мультимедийной истории и др. Профессиональные требования: «жесткие» и «мягкие» компетенции. Фрилансеры и штатные сотрудники. Аутсорсинг. Материальные и нематериальные стимулы в мультимедийной редакции. Геймификация как форма мотивации. Новые методы оценки эффективности работы сотрудников и редакции и их связь с оплатой труда.

Тема 7. Организация обучения и развития персонала мультимедийной редакции

Организация синергетического взаимодействия творческих и технических команд. Тимбилдинг как инструмент менеджмента. Оптимизация деятельности административного персонала. Непрерывное обучение как фактор успешного развития мультимедийной редакции. Внутреннее и внешнее обучение. Открытые планерки и встречи с читателями. Система наставничества и стажировок в редакции.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная (вечерняя) форма получения образования с применением дистанционных образовательных технологий

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов УСП	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Иное		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1.	Экономические основы деятельности мультимедийной редакции	2	6 2 (ДО)					опрос
2.	Управление производством мультимедийного продукта	2 (ДО)	6 2 (ДО)					аналитический отчет
3.	Управление дистрибуцией контента в цифровой среде	2	4 4 (ДО)					индивидуальный проект
4.	Оптимизация организационной структуры мультимедийной редакции	2	2 4 (ДО)					открытое эвристическое задание
5.	Администрирование процессов и управление проектами в мультимедийной редакции	2	6					доклад, опрос
6.	Новые подходы к оценке компетенций и оплате труда сотрудников	2 (ДО)	4 2 (ДО)					тест
7.	Организация обучения и развития персонала мультимедийной редакции	2	2 2 (ДО)					эссе
	ИТОГО	14	46					

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. Айрис, А. Управление медиакомпаниями: реализация творческого потенциала / А. Айрис, Ж. Бюген. – М. : Университетская книга, 2019. – 560 с.
2. Амзин, А. А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / А. А. Амзин. – М. : Изд-во АСТ, 2020. – 370 с
3. Амзин, А. А. Как новые медиа изменили журналистику: 2012–2016 / А. А. Амзин [и др.]. – Екатеринбург : Гуманитарный университет, 2016. – 304 с.
4. Гатов, В. Postjournalist: журналистика после цифрового перехода / В. Гатов. – М. : Издательские решения, 2015. – 350 с.
5. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста / А. А. Градюшко. – Минск : Белорус. гос. ун-т, 2019. – 239 с.
6. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». – М. : Изд. дом Высшей школы экономики, 2017. – 413 с.
7. Пургин Ю. П. Стратегия неизбежного перехода : Медиадом и управляемые трансформации печатных СМИ / Ю. П. Пургин. – Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2018. – 196 с.
8. Силантьева, О. 92 мультимедийных формата / О. Силантьева // [б. м.] : [б. и.], 2018. – 120 с.
9. Халлинг, И. Медиаменеджмент: пособие для руководителей СМИ / И. Халлинг. – М., 2016. – 64 с.
10. Шоломицкая, Т. Л. Трансформация бизнес-моделей в процессе перехода от традиционной редакции к мультимедийной / Т. Л. Шоломицкая // Социальные, культурные и коммуникативные практики в динамике общественного развития : сб. науч. ст. / ГрГУ имени Янки Купалы ; редкол.: Т. А. Пивоварчик (гл. ред.) [и др.]. – Гродно : ГрГУ, 2020. – С. 298-302.
11. Шоломицкая, Т. Л. Ценностные предложения в бизнес-модели мультимедийной редакции / Т. Л. Шоломицкая // Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / под общ. ред. В. П. Воробьева. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 101–106 с.

Перечень дополнительной литературы

1. Амзин, А.А. Новостная интернет-журналистика : учебник для вузов / А. А. Амзин. – М. : Аспект Пресс, 2012. – 143 с.
2. Амзин, А. А. Paywall: краткое руководство к действию [Электронный ресурс] / А. А. Амзин. – Режим доступа: <http://themediacenter.com/2014/08/20/paywall/>. – Дата доступа: 15.05.18.

3. Вартанова, Е. Л. Гибридизация прессы: объединяя традиции и инновации / Е. Л. Вартанова // Медиаальманах. – М., 2016. – №5. – С. 8–10.
4. Градюшко, А.А. Белорусские интернет-СМИ в контексте меняющегося медиапотребления / А.А. Градюшко // Журнал Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. – 2018. – № 1. – С. 4–11.
5. Градюшко, А. А. Платформа YouTube как площадка для массмедиа: оценка эффективности / А. А. Градюшко // Труды БГТУ. Сер. 4, Принт- и медиатехнологии. – Минск : БГТУ, 2019. – № 2 (225). – С. 63–69.
6. Градюшко, А. А. Цифровые технологии в работе региональных медиа: результаты опроса главных редакторов / А. А. Градюшко // Журнал Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. – 2020. – № 1. – С. 28–33.
7. Данильченко, А. В. Информационный рынок и единое информационное пространство: мировой контекст и белорусский опыт / А. В. Данильченко, К. В. Якушенко, А. В. Потребин. – Минск : Белорус. гос. ун-т., 2015. – 343 с.
8. Журналистика и конвергенция: почему и как традиционные СМИ превращаются в мультимедийные / под ред. А. Г. Качкаевой. – М. : [б. и.], 2010. – 200 с.
9. Интернет-маркетинг : учебник для академического бакалавриата / под общ. ред. О. Н. Романенковой. – М. : Юрайт, 2015. – 288 с.
10. Калмыков, А. А. Медиалогия интернета / А. А. Калмыков. – М. : Ленанд, 2015. – 272 с.
11. Копылов, О. В. Самоорганизация журналиста в мультимедийной редакции: проблемные зоны и методы планирования (на примере ИД «Алтапресс») / О. В. Копылов // Вестник ВГУ. Филология. Журналистика. – 2012. – №1. – С. 187-191.
12. Кристенсен, К. Дилемма инноватора / К. Кристенсен. – М. : Альпина Бизнес Букс, 2004. – 239 с.
13. Маккуайр, С. Геомедиа. Сетевые города и будущее общественного пространства. – М.: Strelka Press, 2018. – 392 с.
14. Майер-Шенбергер, В. Большие данные : Революция, которая изменит то, как мы живем, работаем и мыслим / В. Майер-Шенбергер, К. Кукьер. – М. : Манн, Иванов и Фербер, 2014. – 240 с.
15. Манро, Е. Строим новость / Е. Манро. – М.: АНРИ, 2011. – 274 с.
16. Мультимедийная журналистика : сб. науч. тр. Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1–2 марта 2018 г. / под общ. ред. В. П. Воробьева. – Минск : Изд. центр БГУ, 2018. – 350 с.
17. Мультимедийная журналистика : медиакommunikации и медиаиндустрия : материалы II Междунар. науч.-практ. конф., Минск, 1 марта 2019 г. [Электронный ресурс] / под общ. ред. Н. А. Федотовой. – Минск : БГУ, 2019. – Режим доступа: <http://elib.bsu.by/handle/123456789/217215>. – Дата доступа: 01.09.19.
18. Основы медиабизнеса : учебник для вузов / под ред. Е. Л. Вартановой. – М. : Аспект Пресс, 2014. – 400 с.

19. Остервальдер, А. Построение бизнес-моделей / А. Остервальдер, Ив Пинье. – М. : Альпина Паблишер, 2014. – 288 с.
20. Оськин, А. В. Будущее прессы в США, Великобритании и России [Электронный ресурс] / А. В. Оськин. – Режим доступа: <https://echo.msk.ru/blog/oskin/1610612-echo/>. – Дата доступа: 24.11.2018.
21. Потребин, А. В. Влияние конвергенции на бизнес-процессы в СМИ /А. В. Потребин // Журналістыка-2016: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 18-й Міжнар. навук.-практ. канф., прысвеч. 95-годдзю БДУ, Мінск, 10–11 лістап. 2016 г. / рэдкал.: С. В. Дубовік [і інш.]. – Мінск, 2016. – Вып. 18. – С. 28–31.
22. Потребин, А. В. Особенности информации как товара и медиапотребление / А. В. Потребин // Журналистика-2015 : Материалы 17-й международной научно-практ. конф., Минск, 4-6 нояб. 2015 г. / . – Минск : БГУ, 2015. – С.386–388.
23. Соколова, Д. В. Дистрибуция новостного контента в мессенджере Telegram [Электронный ресурс] / Д. В. Соколова // Медиаскоп. 2017. Вып. 4. – Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/2380>. – Дата доступа: 07.01.2018.
24. Степанов, В. А. Модели работы СМИ с активной интернет-аудиторией / В. А. Степанов. // Современная журналистика: традиции, новаторство, контекст : материалы Респ. науч.-практ. конф., Брест, 10–11 марта 2016 г. / Брест. гос. ун-т им. А. С. Пушкина ; редкол.: О. Б. Переход, Т. А. Кисель, Е. В. Дебелая ; под общ. ред. Л. В. Скибицкой. – Брест : БрГУ, 2016. – С.181-184.
25. Социальные медиа : электронный учебно-методический комплекс для специальностей: 1-23 01 08 «Журналистика (по направлениям)», 1-23 01 09 «Журналистика (международная)» / В. А. Степанов ; БГУ, Фак. журналистики, Каф. медиалогии и веб-журналистики. – Минск : БГУ, 2018. – 109 с.
26. Судьба печатной прессы в эпоху Интернета : коллектив. моногр. / под ред. М. В. Загидуллиной, С. И. Симаковой. – Челябинск : Изд-во Челяб. гос. ун-та, 2018. – 181 с.
27. Тренды белорусского интернета: мобильный трафик побеждает, доходы от нативной рекламы растут [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://primepress.by/news/kompanii/trendy_belorusskogo_interneta_mobilnyu_trafik_pobezhdaet_dokhody_ot_nativnoy_reklamy_rast_ut-5795. – Дата доступа: 15.05.18.
28. Федотова, Н. А. Геймификация в контексте медийной практики / Н. А. Федотова // Журн. Белорус. гос. ун-та. Журналистика. Педагогика. 2017. – № 2. – С. 4–11.
29. Экономика инноваций : Учебник / под ред. проф. В. Я. Горфинкеля, Т. Г. Попадюк. – М. : НИЦ Инфра-М, 2013. –336 с.
30. Яковлев, И. П. Стратегическое управление медиасферой : учеб. пособие / И. П. Яковлев. – СПб.: С.-Петербур. гос. ун-т, 2014. – 176 с.

31. Якупов, С. Блокирование рекламы: почему это серьезно и как с ним борются издания по всему миру [Электронный ресурс] / С. Якупов. – Режим доступа: <https://vc.ru/media/18777-noadblock>. – Дата доступа: 15.05.18.
32. Silamedia (блог) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://sila.media>. – Дата доступа: 15.05.18.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

Средствами диагностики знаний магистрантов по дисциплине являются опрос, доклад, тематическая презентация, аналитический отчет, индивидуальный проект, открытое эвристическое задание креативного типа, тест, эссе.

Оценка за *опрос* на лекциях и семинарских занятиях включает:

- ответ (полнота ответа) – 60 %;
- постановку вопросов – 40 %.

Оценка *устной презентации (доклада)* включает:

- содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории) – 50 %;
- управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 25 %;
- применение визуальных средств – 25 %.

Оценка *аналитического отчета* включает:

- полнота собранной информации, ее качество – 50 %;
- степень обработки сведений (логичность и глубина выводов) – 50 %.

Оценка *индивидуального проекта* включает:

- реалистичность предложений, практико-ориентированность и корректность полученных результатов – 50 %;
- корректность используемых методов и методик исследования – 30%;
- соответствие формальным требованиям (стиль, оформление) – 20%.

При оценке *открытого (эвристического) задания* необходимо учитывать:

- самобытность (оригинальность) созданного образовательного продукта – 50 %;
- исследование изучаемого феномена с разных сторон, интегрирование знаний из различных областей – 50 %;

Правильные ответы на вопросы *теста* оцениваются в образовательной системе в 1 балл в тестах из 10 вопросов и 0.5 балла в тестах из 20 вопросов.

При оценке *эссе* следует обращать внимание на:

- креативность, оригинальность, стиль текста – 50%
- содержание текста – 50%.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний магистранта, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации магистрантов по дисциплине.

Примерные весовые коэффициенты, определяющие вклад текущего контроля знаний и текущей аттестации в рейтинговую оценку:

- ответы на практических занятиях, доклады – 20 %;
- индивидуальный проект – 20%;
- открытое эвристическое задание – 20%;
- аналитический отчет – 20%.
- тест – 10%.
- эссе – 10%.

Итоговая оценка по дисциплине рассчитывается на основе оценки текущей успеваемости и экзаменационной оценки с учетом их весовых коэффициентов. Оценка по текущей успеваемости составляет 50 %, экзаменационная оценка – 50 %. Формой текущей аттестации по дисциплине «Управление мультимедийной редакцией» учебным планом предусмотрен экзамен.

Примерная тематика практических занятий

Тема 1. Экономические основы деятельности мультимедийной редакции

Практическое занятие № 1.

Вопросы:

1. Особенности мультимедийного продукта.
2. Рост конкуренции на рынке информации.

Практическое занятие № 2.

Вопросы:

1. Перераспределение ресурсов на рекламном рынке.
2. Новые формы взаимодействия с потребителями и рекламодателями.

Практическое занятие № 3 (ДО)

Вопросы:

1. Трансформация бизнес-моделей СМИ на современном этапе.
2. Мультимедийная редакция как особый тип организации.

Задание: письменный опрос по теме «Экономические основы деятельности мультимедийной редакции»

Прочитайте материалы к курсу, предложенные на портале в разделах 1.1-1.3. Ответьте письменно на вопросы, предложенные в задании на образовательном портале. Файл с ответами прикрепите к соответствующему заданию на странице курса.

(Форма контроля – текст с ответами на образовательном портале – от 2 до 4 страниц формата А4, гарнитура Times New Roman, 14 пт., межстрочный интервал – 1,0).

Практическое занятие № 4.

Вопросы:

1. Традиционные и экспериментальные подходы к монетизации контента.
2. Ценностные предложения мультимедийных редакций.

Тема 2. Управление производством мультимедийного продукта

Практическое занятие № 5.

Вопросы:

1. Планирование в мультимедийной редакции.
2. Сбор информации и упаковка контента. Верификация мультимедийной информации.

Практическое занятие № 6.

Вопросы:

3. Методы анализа и оценки качества мультимедийных продуктов.
4. Специфика работы редакторов мультимедийных СМИ.

Практическое занятие № 7 (ДО).

Вопросы:

1. Мультимедийное продюсирование.
2. Финансирование мультимедийных проектов.

Задание: аналитический отчет по теме «Управление производством мультимедийного продукта»

Выберите одну мультимедийную историю из предложенного списка, который находится в разделе 2.2 на портале. Проанализируйте структуру произведения и ресурсы, которые были задействованы для создания данной истории. Изложите результаты анализа письменно по предложенному в задании алгоритму. Файл с ответом прикрепите к заданию на странице курса.

(Форма контроля – текст на образовательном портале – от 2 до 4 страниц формата А4, гарнитура Times New Roman, 14 пт., межстрочный интервал – 1,0).

Практическое занятие № 8.

Вопросы:

1. Развитие истории после публикации.
2. Взаимодействие с аудиторией и комьюнити-менеджмент.

Тема 3. Управление дистрибуцией контента в цифровой среде *Практическое занятие № 9.*

Вопросы:

1. Основные стратегии и методы дистрибуции мультимедийного контента.

Практическое занятие № 10.

Вопросы:

1. Мультиканальность и мультиплатформенность.
2. Внутренняя и внешняя дистрибуция медиаконтента.

Практическое занятие № 11 (ДО).

Вопросы:

1. Переупаковка контента.
2. Особенности использования социальных сетей, мессенджеров, десктопных и мобильных приложений для распространения медиапродуктов.

Практическое занятие № 12 (ДО).

Вопросы:

1. Организация взаимодействия с агрегаторами, дистрибьюторами и медиаселлерами в процессе доставки продукции СМИ к аудитории.
2. Технические и технологические аспекты дистрибуции мультимедийных продуктов.

Задание: индивидуальный проект по теме «Управление дистрибуцией контента в цифровой среде»

На основе открытых источников проанализируйте деятельность одной из белорусских мультимедийных редакций (на выбор) по дистрибуции контента, соотнесите полученные данные с информацией, изложенной на портале в разделах 3.1-3.4. Определите эффективные и неэффективные методы дистрибуции для данной редакции. Результаты анализа и рекомендации по улучшению стратегии и тактики дистрибуции для исследуемой редакции изложите в письменной форме.

Файл с ответом прикрепите к заданию на странице курса.

(Форма контроля – текст на образовательном портале – от 2 до 4 страниц формата А4, гарнитура Times New Roman, 14 пт., межстрочный интервал – 1,0).

Тема 4. Оптимизация организационной структуры мультимедийной редакции

Практическое занятие № 13 (ДО).

Вопросы:

1. Основные этапы и стадии мультимедиазации.
2. Вариативность организационных структур в мультимедийных СМИ. Концепции «медиадома», «улья», «круглого стола» и др.

Практическое занятие № 14 (ДО).

Вопросы:

1. Выбор оптимальной организационной структуры в соответствии с целями редакции.
2. Формирование новых производственных цепочек.

Открытое эвристическое задание креативного типа по теме «Эффективная структура мультимедийной редакции»

Выполнить следующее задание:

Используя сервисы mindjet.com, mindmeister.com, mindmeister.com или др. создать интеллект-карту (mind map), раскрывающую организационную структуру одной из белорусских мультимедийных редакций (на выбор). Для этого проанализируйте структуру редакции и отразите в интеллект-карте основные отделы, функции, должности, проиллюстрируйте взаимосвязь структурных элементов, уровни иерархии. Добавьте недостающие элементы структуры, которые могли бы сделать работу редакции более эффективной. Выделите цветом либо другим способом те элементы, которыми вы дополнили структуру. Напишите текстовый комментарий, почему именно такие элементы необходимо добавить к структуре анализируемой редакции.

Файлы с интеллект-картой (или ссылку на них) и текстовыми комментариями прикрепите к заданию на странице курса.

(Форма контроля – ссылка на готовую интеллект-карту либо скриншот готовой интеллект-карты, текстовый файл с комментариями к интеллект-карте).

Практическое занятие № 15.

Вопросы:

1. Взаимосвязь между технологиями и инновациями в деятельности современной редакции.
2. Управление инновационными рисками.

Тема 5. Администрирование процессов и управление проектами в мультимедийной редакции

Практическое занятие № 16.

Вопросы:

1. Проектный и процессный подходы в управлении инновационной деятельностью.
2. Типы процессов и особенности их администрирования в мультимедийной редакции.

Практическое занятие № 17.

Вопросы:

1. Выбор методологии проектного управления
2. Основные этапы реализации проекта: инициация, планирование, выполнение, мониторинг, контроль, завершение.

Практическое занятие № 18.

Вопросы:

1. Координация коммуникационных потоков в мультимедийной редакции.
2. CRM-системы.

Тема 6. Новые подходы к оценке компетенций и оплате труда сотрудников

Практическое занятие № 19 (ДО).

Вопросы:

1. Новые профессии и специализации: журналист-рюкзачник, журналист-эксперт, продюсер и режиссер мультимедийной истории и др.
2. Профессиональные требования: «жесткие» и «мягкие» компетенции.

Практическое занятие № 20

Вопросы:

1. Фрилансеры и штатные сотрудники.
2. Аутсорсинг.

Практическое занятие № 21.

Вопросы:

1. Материальные и нематериальные стимулы в мультимедийной редакции.
2. Геймификация как форма мотивации.
3. Новые методы оценки эффективности работы сотрудников и редакции и их связь с оплатой труда.

Задание по теме «Новые подходы к оценке компетенций и оплате труда сотрудников»:

Изучить предложенные в задании материалы и пройти тест на портале, расположенный в соответствующем разделе курса.

(Форма контроля – пройденный тест).

Тема 7. Организация обучения и развития персонала мультимедийной редакции

Практическое занятие № 22 (ДО)

Вопросы:

1. Организация синергетического взаимодействия творческих и технических команд.
2. Тимбилдинг как инструмент менеджмента.
3. Оптимизация деятельности административного персонала.

Открытое эвристическое задание креативного типа (эссе) по теме «Организация обучения и развития персонала мультимедийной редакции»

Напишите эссе на тему: «Рабочий день руководителя мультимедийной редакции», в творческой форме описывающее один рабочий день современного медиаменеджера.

Объем эссе – от 2 до 5 страниц формата А4.

При написании эссе рекомендуется опираться на полученные знания об управленческой деятельности в мультимедийной редакции.

Файл с текстом прикрепите к заданию на странице курса.

(Форма контроля – текст эссе на образовательном портале).

Практическое занятие № 23.

Вопросы:

1. Непрерывное обучение как фактор успешного развития мультимедийной редакции.
2. Внутреннее и внешнее обучение.
3. Открытые планерки и встречи с читателями.
4. Система наставничества и стажировок в редакции.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины (эвристический, проективный, практико-ориентированный)

При организации образовательного процесса используются:

- 1) **практико-ориентированный подход**, который представляет собой:
 - освоение содержание образования через решение практических задач;
 - приобретение навыков эффективного использования современных методов управления организацией;
 - ориентацию на выработку идей, реализацию групповых проектов, развитие предпринимательской культуры.
- 2) **метод проектного обучения**, который предполагает:
 - развитие актуальных для учебной и профессиональной деятельности навыков планирования, самоорганизации, сотрудничества и предполагающий создание уникального продукта;

- приобретение навыков для решения исследовательских, творческих, социальных, предпринимательских и коммуникационных задач;

3) **метод эвристического обучения**, который предполагает

- конструирование магистрантом собственного смысла, целей, содержания и организации образования

- раскрытие творческого потенциала личности обучающегося в процессе эвристической деятельности

- использование диалогового компонента при анализе образовательного продукта.

4) **методы и приемы развития критического мышления**, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимания информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Для успешного выполнения практических заданий магистрантам необходим доступ к компьютерам, имеющим выход в Интернет, а также с инсталлированным пакетом офисных программ MS Office.

Магистрантам также необходимо зарегистрироваться на Образовательном портале БГУ (edujourn.bsu.by) и записаться на курс «Управление мультимедийной редакцией». На портале доступны учебные материалы, практические задания и инструкции по их выполнению.

Самостоятельная работа магистрантов разделена на три уровня: уровень узнавания, уровень воспроизведения и уровень применения полученных знаний.

Задания первого уровня – анализ теоретического материала, устные ответы на вопросы преподавателя по изученному материалу во время аудиторных занятий и письменные ответы – во время дистанционных занятий, прохождение тестов на портале.

Задания второго уровня – самостоятельная подготовка тематических презентаций (докладов) с последующим обсуждением во время аудиторных занятий; выявление ресурсов, которые были использованы для создания мультимедийной истории, создание аналитического отчета.

Задания третьего уровня – определение оптимальных способов дистрибуции контента для конкретного СМИ, разработка эффективной структуры мультимедийной редакции.

Примерный перечень тем для докладов

1. Проектный подход к управлению инновациями в редакции СМИ.
2. Процессный подход к управлению инновациями в редакции СМИ.
3. Использование гибких методологий проектного управления в мультимедийной редакции.
4. Типы процессов в мультимедийных редакциях.
5. Управление мультимедийным проектом в редакции СМИ.

6. Координация коммуникационных потоков в мультимедийной редакции.
7. Деятельность медиаменеджера на этапе инициации проекта.
8. Администрирование редакционных процессов в современных СМИ.
9. Роль и функции продюсера в редакции мультимедийного СМИ.
10. Коммерческие проекты белорусских мультимедийных редакций.
11. Социальные проекты белорусских мультимедийных редакций.
12. Инновационные риски в медиаиндустрии.
13. Организационные модели мультимедийных редакций.
14. Краудфандинг в структуре инвестиционного менеджмента СМИ.
15. Особенности управления персоналом в мультимедийной редакции.
16. Материальная мотивация сотрудников мультимедийной редакции.
17. Нематериальная мотивация сотрудников мультимедийной редакции.
18. Геймификация как способ мотивации редакционных работников.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Основные тенденции и перспективы развития медиа в мире и в Беларуси.
2. Основные модели потребления медиапродукта.
3. Новые способы отбора, ранжирования и фильтрации информации.
4. Деятельность агрегаторов контента на рынке СМИ.
5. Мультимедийная редакция как новая форма организации.
6. Трансформация бизнес-моделей СМИ.
7. Ценностные предложения и их влияние на монетизацию медиа.
8. Особенности мультимедийного продукта. Товар и услуга на рынке мультимедиа.
9. Влияние информационных технологий на деятельность мультимедийных редакций.
10. Инвестиционная привлекательность мультимедийных проектов.
11. Традиционные и экспериментальные подходы к монетизации мультимедийного продукта.
12. Новые формы взаимодействия редакций с потребителями и рекламодателями.
13. Бренд-журналистика: особенности и возможности.
14. Дизайн бизнес-модели мультимедийной редакции.
15. Взаимосвязь между технологиями и инновациями в деятельности современной редакции.
16. Управление инновационными рисками на медиарынке.
17. Формирование новых производственных цепочек в медиа.
18. Вариативность организационных структур в мультимедийных СМИ.
19. Переход от вещательных стратегий к вовлекающим и смешанным.
20. Функциональные изменения в структуре и деятельности редакции.
21. Особенности создания мультимедийного продукта. Сбор информации и упаковка контента.
22. Специфика работы редакторов мультимедийных СМИ.
23. Взаимодействие с аудиторией и комьюнити-менеджмент.
24. Основные стратегии и методы дистрибуции мультимедийного контента.

25. Внутренняя и внешняя дистрибуция медиаконтента.
26. Особенности переупаковки контента в СМИ.
27. Технические и технологические аспекты распространения мультимедийных продуктов.
28. Процессный подход к управлению мультимедийной редакцией.
29. Проектное управление в мультимедийной редакции.
30. Продюсирование мультимедийного продукта.
31. Особенности продвижения мультимедийных продуктов.
32. Построение кадровой работы в мультимедийной редакции.
33. Координация коммуникационных потоков в мультимедийной редакции.
34. Организация синергетического взаимодействия творческих и технических команд.
35. Непрерывное обучение как фактор успешного развития мультимедийной редакции.
36. Новые методы оценки эффективности работы сотрудников и редакции и их связь с оплатой труда.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола)
Цифровая трансформация традиционных СМИ	Медиаологии	Предложений нет.	Изменения не требуются. Протокол № 13 от 01.06.2020

**ДОПОЛНЕНИЯ И ИЗМЕНЕНИЯ К УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЕ ПО
ИЗУЧАЕМОЙ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЕ**

на ____ / ____ учебный год

№ п/п	Дополнения и изменения	Основание

Учебная программа пересмотрена и одобрена на заседании кафедры
_____ (протокол № ____ от _____ 201_ г.)

Заведующий кафедрой

УТВЕРЖДАЮ
Декан факультета
