



**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего  
образования  
"Национальный исследовательский университет  
"Высшая школа экономики"**

Факультет коммуникаций, медиа и дизайна  
Департамент медиа

**Рабочая программа дисциплины  
«Продюсирование цифровых проектов»**

для образовательной программы «Трансмедийное продюсирование в цифровых индустриях»  
направления подготовки (шифр) Медиакоммуникации  
уровень магистр

Разработчики программы:

Кирия И.В.,  
Новикова А.А.  
Глазкова Е.А.  
Листков Е.  
Егорова А.

Одобрена на заседании департамента Медиа

«\_\_»\_\_\_\_\_ 201\_ г.

Руководитель департамента

Кирия И.В. \_\_\_\_\_ [подпись]

Утверждена Академическим советом образовательной программы

«\_\_»\_\_\_\_\_ 201\_ г., № протокола \_\_\_\_\_

Академический руководитель образовательной программы

Новикова А.А. \_\_\_\_\_ [подпись]

2018

*Настоящая программа не может быть использована другими подразделениями университета и другими вузами без разрешения подразделения-разработчика программы.*



## 1 Область применения и нормативные ссылки

Настоящая программа учебной дисциплины устанавливает требования к образовательным результатам и результатам обучения студента и определяет содержание и виды учебных занятий и отчетности.

Программа предназначена для преподавателей, ведущих дисциплину «Продюсирование цифровых проектов», учебных ассистентов и студентов направления подготовки/специальности Медиакоммуникации, обучающихся по образовательной программе «Трансмедийное производство в цифровых индустриях»

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом НИУ ВШЭ  
<https://www.hse.ru/data/2018/01/29/1163669019/42.04.05%20%D0%9C%D0%B5%D0%B4%D0%B8%D0%B0%D0%BA%D0%BE%D0%BC%D0%BC%D1%83%D0%BD%D0%B8%D0%BA%D0%B0%D1%86%D0%B8%D0%B8.pdf>;
- Образовательной программой 42.04.05 Медиакоммуникации «Трансмедийное производство в цифровых индустриях»;
- Объединенным учебным планом университета по образовательной программе «Трансмедийное производство в цифровых индустриях», утвержденным в 2017 г.

## 2 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Продюсирование цифровых проектов» являются:

- формирование представлений специфике продюсирования в цифровых индустриях;
- использование принципов управления проектами в области медиапроизводства
- развитие навыков планирования проекта, подбора персонала и организации работы команды.

## 3 Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Уровни формирования компетенций:

**РБ** — ресурсная база, в основном теоретические и предметные основы (знания, умения);

**СД** – способы деятельности, составляющие практическое ядро данной компетенции;

**МЦ** – мотивационно-ценностная составляющая, отражает степень осознания ценности компетенции человеком и готовность ее использовать

В результате освоения дисциплины студент осваивает компетенции:

Компетенция	Код по ОС ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию	СК-7	СД, МЦ	Анализирует, верифицирует, оценивает полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполняет и синтезирует недостающую информацию и работать в условиях неопределенности	Посещение лекций, активное участие в семинарах, самостоятельная аналитическая работа.	Промежуточная аттестация



Компетенция	Код по ОС ВШЭ	Уровень формирования компетенции	Дескрипторы – основные признаки освоения (показатели достижения результата)	Формы и методы обучения, способствующие формированию и развитию компетенции	Форма контроля уровня сформированности компетенции
и работать в условиях неопределенности					
Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде	СК-8	СД, МЦ	Ведет профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде	Посещение лекций, активное участие в семинарах, самостоятельная аналитическая работа.	Промежуточная аттестация
Способен разрешать мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы	ПК-5	СД, МЦ	Разрешает мировоззренческие, социально и личностно значимые проблемы	Посещение лекций, активное участие в семинарах, самостоятельная аналитическая работа.	Промежуточная аттестация
Способен воспринимать тексты средств массовой коммуникации с точки зрения их перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств)	ПК-10	СД, МЦ	Воспринимает тексты средств массовой коммуникации с точки зрения их перформативной, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств).	Посещение лекций, активное участие в семинарах, самостоятельная аналитическая работа.	Промежуточная аттестация
Способен использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентации результатов научных и аналитических проектов, для сетевой коммуникации в профессиональных целях, для работы с базами данных	ПК-13	СД, МЦ	Использует информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентации результатов научных и аналитических проектов, для сетевой коммуникации в профессиональных целях, для работы с базами данных.	Посещение лекций, активное участие в семинарах, самостоятельная аналитическая работа.	Промежуточная аттестация



#### 4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к блоку базовых дисциплин специализации  
Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:

- История и теория медиа;
- Технологии медиапроизводства.

Для освоения учебной дисциплины студенты должны владеть следующими знаниями и компетенциями:

- Способен анализировать, верифицировать, оценивать полноту информации в ходе профессиональной деятельности, при необходимости восполнять и синтезировать недостающую информацию и работать в условиях неопределенности (СК-6)
- Способен организовать многостороннюю (в том числе межкультурную) коммуникацию и управлять ею;
- Способен вести профессиональную, в том числе научно-исследовательскую деятельность в международной среде;
- Способен разрешать мировоззренческие, социально и лично значимые проблемы;
- Способен воспринимать тексты средств массовой коммуникации с точки зрения их перформативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств);
- Способен использовать информационно-коммуникационные технологии для поиска и обработки информации и презентации результатов научных и аналитических проектов, для сетевой коммуникации в профессиональных целях, для работы с базами данных.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении дисциплин:

- Дисциплины профиля
- «Проектный семинар».

#### 5 Тематический план учебной дисциплины

[Тематический план отражает содержание дисциплины (перечень разделов), структурированное по видам учебных занятий с указанием их объемов в соответствии с ОУП]

[Таблица для дисциплин, закрепленных за одной кафедрой/подразделением<sup>1</sup>]

№	Название раздела	Всего часов	Аудиторные часы				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинары	Практические занятия	Другие виды работы <sup>2</sup>	
Раздел 1. Основы менеджмента и управление проектами в медиа 16 часов							
1.	Понятие проекта. Операционная и проектная деятельность.		2				

<sup>1</sup> Также программа может быть разработана департаментом, школой, институтом или другим подразделением НИУ ВШЭ, реализующими учебную дисциплину

<sup>2</sup> Указать другие виды аудиторной работы студентов, если они применяются при изучении данной дисциплины.



2	Процессы управления проектом, стандарты в управлении проектами		2				
3	Управление интеграцией проекта		1				
4	Управление участниками		1				
5	Управление содержанием проекта		2				
6	Управление сроками		2				
7	Управление расходами в проекте		1				
8	Управление качеством		1				
9	Управление персоналом в проекте		2				
10	Управление коммуникациями проекта		1				
11	Управление рисками		1				

Раздел 2. Контент-маркетинг в цифровой среде 28 часов

6.	Основные принципы контент-маркетинга		4				
7.	Современные принципы таргетинга и аналитики контента		4	4			
8.	Современные платформы и форматы		4	4			
9.	Стратегическое планирование: составление общей матрицы контента и отдельных контент-планов		4	4			

Раздел 3. Управление жизненным циклом продукта 40 часов

10.	Гибридные методологии управления проектами (Agile, Scrum)		4	4			
11.	Дизайн цифровых проектов		4	4			



12.	Архитектура веб-систем и проектирование. Техническое задание для программиста.		4	4			
13.	Обзор ключевых метрик и анализ эффективности цифровых проектов		2	2			
14.	Разработка ценностных предложений		2	2			
15.	Базовые инструменты изучения опыта пользователей		2	2			
16.	Схема бизнес-среды и способы монетизации цифровых продуктов		2	2			
Раздел 4. Медиабрендинг 40 часов							
17.	Общие понятия брендинга		4	4			
18.	Современные подходы в теории коммуникаций		4	4			
19.	Бренд в медиа		4	4			
20.	Трансмедиа расширения бренда		4	4			
21.	Продукты медийного бренда		4	4			
Раздел 5. Бизнес-планирование проекта 36 часов							
22.	Управление проектом и бизнес-планирование		4				
23.	Финансовая модель: разработка структуры		4	4			
24.	Правила оформления документации проекта		4	4			
25.	Количественный анализ рисков: инструменты и методы		4	4			
26.	Деловая коммуни-		4	4			



Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики»  
Программа дисциплины «Трансмедийный сторителлинг» для направления/ специальности  
Медиакоммуникации подготовки магистра

	кация: проведение переговоров						
--	-------------------------------	--	--	--	--	--	--



## 6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	1-2 год				Параметры **
		3	4	5	6	
Текущий	Контрольная работа			1		1. Анализ бренда по плану, предложенному преподавателем (1.5-2 тыс. слов)
	Эссе					
	Реферат					
	Коллоквиум					
	Домашнее задание	1				2. Проект контент-плана маркетинговой кампании (работа в минигруппах по 2-3 человека, 5-6 слайдов)
	Самостоятельная работа					
	Лабораторная работа					
	Проект					
Другие формы (указать)						
Промежуточный	Экзамен		1			3. Проведение хакатона (презентация проектов по его итогам 5-6 слайдов)
Итоговый	Экзамен				1	4. Разработка бизнес-плана ВКР

## 7 Критерии оценки знаний, навыков

Оценки по всем формам текущего контроля выставляются по 10-ти балльной шкале.

По желанию автора программы, укажите особенности проведения контроля.

При наличии, укажите, какая дистанционная поддержка осуществляется при проведении контроля (выдача заданий, проверка работ и др.).

## 8 Содержание дисциплины

### Раздел 1 Основы менеджмента и управления проектами в медиа (16 часов лекции)

Содержание тем:

1. Понятие проекта. Операционная и проектная деятельность 4 л

Проект как временное предприятие. Соотношение проектной и операционной деятельности в разных видах деятельности и бизнеса. Специфика реализации проектов в медиа и творческих индустриях





стриях. Организационные модели встраивания проектов в операционную деятельность. Матричные структуры в проектных видах деятельности. Участники проектов и их типология.

## 2. Процессы управления проектом, стандарты в управлении проектами 2 л

Общая схема процессов управления проектом. Стандарты PMBook в проектном управлении. Архитектура и типология карты процессов. Области знаний и группы процессов в управлении проектом. Базовые группы процессов: управление интеграцией, управление участниками, управление содержанием проекта, управление сроками проекта, управление расходами, управление качеством, управление персоналом проекта, управление коммуникациями проекта, управление рисками проекта.

## 3. Управление интеграцией проекта 1 л.

Интеграция как обеспечение согласованности действий в проекте и целостности проекта. Процессы инициации. Инициация проекта. Разработка плана управления проектом и его функции. Планирование проекта. Индикаторы результативности проекта. Направление и управление работами проекта. Управление изменениями в проекте. Закрытие проекта.

## 4. Управление участниками проекта 1 л.

Выявление участников проекта. Анализ заинтересованных сторон. Планирование управления участниками проекта. Понятие вовлеченности и управление вовлеченностью участников проекта.

## 5. Управление содержанием проекта 2 л.

Планирование содержания как центральный элемент управления содержанием. Принципы разделения проекта на этапы. Понятие контрольной точки. Методы генерации идей на проектах: метод семикратного поиска, метод морфологического анализа, принципы ТРИЗ. Инновационные игры. Описание содержания проекта. Устав проекта, требования к участникам проекта и требования к содержанию проекта. Что находится за границами проекта и что не подлежит описанию. Ограничения и допущения проекта. Иерархическая структура работ. План проекта и план содержания проекта: их соотношения. Требования к плану содержания: общее описание, функциональная спецификация, дизайнерская спецификация, техническая спецификация.

## 6. Управление сроками проекта 2 л.

Ключевые процессы управления сроками проекта. Определение состава работ. Планирование методом набегающей волны. Методы определения порядка работ в проекте: определение зависимостей между операциями, диаграмма предшествования, метод задержки и опережений. Разработка графика проекта. Элементы диаграммы и методы расчетов сроков. Основные методы ускорения проектов. Диаграмма Ганта как инструмент управления.

## 7. Управление расходами в проекте 1 л.

Планирование управления расходами и оценка расходов. Методы оценки расходов в проекте: экспертная, по аналогам, параметрическая, PERT, снизу-вверх, анализ предложений исполнителей, анализ резервов. Составление бюджета и методы бюджетирования. Бюджетирование в статике и в динамике. Бюджет проекта и бюджет операций. Измеряемые и плановые показатели бюджетирования в проекте. Построение бюджетных прогнозов.

## 8. Управление качеством 1 л.

Основные параметры и принципы управления качеством проекта. Управление отклонениями в качестве. Стратегическое понимание и стратегическое управление качеством. Планирование качества. Стоимость низкого и высокого качества в проекте. Основные инструменты управления качеством: причинно-следственная диаграмма, блок-схемы, контрольный список, диаграмма Парето, гистограмма, контрольная карта, диаграмма разброса. Аудит качества.

## 9. Управление персоналом в проекте 2 л.

Разработка плана управления персоналом. Составляющие плана УП. Матрица ответственности на проекте и ее составление. Подбор и развитие команды проекта. Динамика командообразования. Различия между менеджментом и лидерством. Мотивация персонала. Индивидуальные и коллективные цели на проектах. Роль проектного менеджера в творческих командах. Типы и подходы к анализу мотивации. Подход Херцберга и Маслоу. Стили и способы разрешения конфликтов в командах.



10. Управление коммуникациями проекта 1 л.

Планирование коммуникаций проекта. Требования к плану коммуникаций проекта. План управления коммуникациями на проекте. Обратная связь на проектах. Типы отчетности по проектам.

11. Управление рисками 1 л.

Понятие риска и основные параметры рисков (вероятность наступления и сила риска). Распределение рисков по времени. Типы рисков и методы их предупреждения. Логика работы с рисками. Планирование управления рисками в проектах. Методы выявления рисков. Основные типы рисков: технические, внешние, организационные и управленческие риски. Качественный и количественный анализ рисков.

Самостоятельная работа: 6 часов

*Литература к разделу:*

1. Брауна Дж. и Коула У. «Эффективный менеджмент на радио и телевидении»: В 2-х томах: Т.2. Пер. с англ.- М.: Мир, 2001 Стр. 5-146
2. Гаррисон Р., Норин Э., Брюэр П. Управленческий учет / 12-ое издание, СПб: Питер, 2012
3. Основы медиабизнеса / учеб. Под ред. Е.Л. Варатоновой, М.:Аспект-Пресс, 2009
4. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование / СПб: Питер. 2012. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» Программа дисциплины «Медиаменеджмент» для направления 42.04.05 Медиакоммуникации подготовки магистра по программе «Менеджмент в СМИ»
5. Шаховская Л.С., Хохлов В.В., Кулакова О.Г. Бюджетирование: теория и практика /М.: КноРус, 2011
6. Albarran Alan B. (ed.), Handbook of Media Management and Economics, New York, Lawrence Erlbaum Associates, 2006.
7. Doyle G. Understanding media economics, London: Sage, 2002
8. Handbook of Media Management and Economics, ed. By Albarran A., Chan-Olmsted S., Wirth M., New-York: Lawrence Erlbaum, 2006.
9. Hoskins C., McFadyen S., Finn A., Media Economics, London: Sage, 2004.
10. Picard R. The economics and financing of media companies, New York : Fordham University Press, 2002

Раздел 2. Контент-маркетинг в цифровой среде (28 часов, 16 л, 12 с)

Содержание тем:

1. Основные принципы контент-маркетинга 4 л
2. Современные принципы таргетинга и аналитики в контент-маркетинге 4 л, 4 с
3. Современные платформы и форматы 4 л, 4 с
4. Стратегическое планирование: составление общей матрицы контента и отдельных контент-планов 4 л, 4 с

Самостоятельная работа: 5 часов для подготовки к семинару по теме 4.

*Литература к разделу:*

1. Абдульманов С. Евангелист бизнеса. Рассказы о контент-маркетинге и бренд-журналистике в России
2. Каплунов Д. Контент-маркетинг и рок-н-ролл
3. Нир Ээль Райан Хувер Hooked. На крючке. Как создавать продукты, формирующие привычки,
4. Ильяхов М., Сарычева Л. Пиши, сокращай,
5. Крюкова Е., Савельев Д. 100+ хаков для интернет-маркетологов: Как получить трафик и конвертировать его в продажи,
6. Эгри Лаош Искусство драматургии



7. *Индик У.* Психология для сценаристов: построение конфликта в сюжете
8. *Дэвид К. Ирвинг.* Продюсирование и режиссура короткометражных кино- и видеофильмов,
9. *Frank Rose* The Art of Immersion: How the Digital Generation Is Remaking Hollywood, Madison Avenue, and the Way We Tell Stories

### Раздел 3 Управление жизненным циклом продукта (40 часов, 20 л, 20 с)

Содержание тем:

1. Гибридные методологии управления проектами (Agile, Scrum) (4 л, 4 с)
2. Дизайн цифровых проектов (4 л, 4 с)
3. Архитектура веб-систем и проектирование. Техническое задание для программиста (4 л, 4 с)
4. Обзор ключевых метрик и анализ эффективности цифровых проектов (2 л, 2 с)
5. Разработка ценностных предложений (2 л, 2 с)
6. Базовые инструменты изучения опыта пользователей (2 л, 2 с)
7. Система бизнес-среды и способы монетизации цифровых продуктов (2 л, 2 с)

*Литература к разделу:*

1. Иваницкий В.Л. Основы бизнес-моделирования СМИ / учебник, М.: Аспект-пресс, 2010.
2. Айрис, А., Бюген, Ж., Управление медиакомпаниями. Издательский дом «Университетская книга», Москва, 2010.
3. Баскакова, О. В. Экономика организаций (предприятий). М. Дашков и К , 2006.
4. Ковалев В.В. Введение в финансовый менеджмент. – М.: Финансы и статистика, 2007.
5. Ковалев В.В. Управление активами фирмы: учебно-практическое пособие. – М.: Велби, Проспект, 2007.
6. Круи М. Основы риск - менеджмента. М. Юрайт, 2011.
7. Лев Б. Нематериальные активы. М.: КВИНТО-КОНСАЛТИНГ, 2003.
8. Мильнер Б.З. Теория организаций. – М.: ИНФРА-М, 2010.

### Раздел 4 Медиабрендинг (40 часов, 20 лекций, 20 семинаров)

Содержание тем:

1. Общие понятия брендинга (4 л, 4 с)
2. Общие подходы в теории коммуникаций (4 л, 4 с)
3. Бренд в медиа (4 л, 4 с)
4. Трансмедиа расширения бренда (4 л, 4 с)
5. Продукты медийного бренда (4 л, 4 с)

*Литература к разделу:*

1. Божук С., Ковалик Л., Маслова Т., Розова Н., Тэор Т. Маркетинг: Учебник для вузов. 4-е изд. Стандарт третьего поколения. СПб.: Питер, 2012.
2. Аакер, Д. А. Как обойти конкурентов: Создаем сильный бренд. - СПб.: Питер, 2012. - 350 с.
3. Аакер Д. Стратегия управления портфелем брендов. – М.: «Эксмо», 2008.
4. Келлер К.Л. Стратегический бренд-менеджмент: создание, оценка и управление марочным капиталом. Изд- 2-е. - М.: Вильямс, 2005.



5. Линдстром М. Чувство бренда. Воздействие на пять органов чувств для создания выдающихся брендов. – М.: Эксмо, 2006.
6. Chan-Olmsted, S. Competitive Strategy for Media Firms: strategic and brand management in changing media markets. LEA's Communication Series, Lawrence Erlbaum Associates, 2008.
7. Keller, K.L. (1998), Strategic Brand Management. Building, Measuring and Managing Brand Equity, New Jersey: Prentice Hall.
8. Heding T, Knudtzen Ch. F., Bjerre M. (2009) Brand Management: Research, Theory and Practice. London, UK: Routledge, Taylor & Francis Group.
9. Tungate, M. Media monoliths: how great media brands thrive and survive. Kogan Page Limited, 2004.

## Раздел 5 Бизнес-планирование проекта (36 часов. 20 л, 16 с)

Содержание тем:

1. Управление проектом и бизнес-планирование 4 л
2. Финансовая модель: разработка структуры 4 л, 4 с
3. Правила оформления документации проекта 4 л, 4 с
4. Количественный анализ рисков: инструменты и методы 4 л, 4 с
5. Деловая коммуникация: проведение переговоров 4 л, 4 с

*Литература к разделу:*

1. Айрис А., Бюген Ж. Управление медиакомпаниями. М.: ИД «Университетская книга», 2010.
2. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг Менеджмент. СПб: Питер, 2010.
3. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование / СПб: Питер. 2012. Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» Программа дисциплины «Медиаменеджмент» для направления 42.04.05 Медиакоммуникации подготовки магистра по программе «Менеджмент в СМИ»
4. Шаховская Л.С., Хохлов В.В., Кулакова О.Г. Бюджетирование: теория и практика /М.: КноРус, 2011
5. Дент Д. Все о дистрибуции: Управление каналами продаж. М.: Акваринарная книга, 2011.
6. Ulin J. The Business of Media Distribution: Monetising Film, TV, and Video Content in an Online World. Oxford: Focal Press, 2009.

## **1. Образовательные технологии**

При реализации программы предусмотрено использование активных и интерактивных форма проведения занятий – деловые игры, разбор практических кейсов, профессиональные тренинги.

Также предусмотрены встречи и мастер-классы с экспертами медиаиндустрии.



## **2. Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента**

### **2.1. Оценочные средства для оценки качества освоения дисциплины в ходе текущего контроля**

Вопросы: соответствуют тематическому плану

### **2.2. Примеры заданий промежуточной аттестации**

Вопросы: разбор кейсов на основании положений, разобранных в ходе лекций и семинарских занятий

## **3. Порядок формирования оценок по дисциплине**

Каждый блок дисциплины оценивается отдельно. Итоговая оценка за предмет выставляется по принципу средней арифметической с округлением в пользу студента от 0, 5 (до 1)

### **Итоговая оценка складывается:**

- посещений занятий -10%
- дом. задания -20%
- контрольные работы -30%
- экзамена- 40 %

## **Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**

### **Базовый учебник**

1. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг Менеджмент. СПб: Питер, 2010.

## **2. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Проектор, компьютерный класс