



**Федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования**

**"Национальный исследовательский университет
"Высшая школа экономики"**

Факультет коммуникаций медиа и дизайна
Департамент медиа

**Рабочая программа дисциплины
«Прототипирование социальных стартапов»**

для образовательной программы «Медиакоммуникации»
направления подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»
уровень бакалавр

Разработчик(и) программы

Ница А.В. преподаватель департамента медиа, anitsa@hse.ru

Одобрена на заседании департамента медиа

«__» _____ 2018 г.

Руководитель департамента

И.В. Кирия _____

Утверждена Академическим советом образовательной программы

«__» _____ 2018 г., № протокола _____

Академический руководитель образовательной программы

А.М. Куприянов _____

Москва, 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 медиапроектов», учебных ассистентов и студентов направления подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации», обучающихся по образовательной программе «Медиакоммуникации».

Программа учебной дисциплины разработана в соответствии с:

- Образовательным стандартом НИУ ВШЭ
<https://www.hse.ru/data/2015/09/30/1074457983/42.03.05%20Медиакоммуникации.pdf>;
- Образовательной программой «Медиакоммуникации» по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации».
- Объединенным учебным планом университета по образовательной программе «Медиакоммуникации», утвержденным в 2018г.

2 Цели освоения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Продюсирование медиапроектов» является получение необходимого набора навыков и знаний для самостоятельного создания, запуска и продвижения успешных медиапроектов в Интернете.

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 оценивать потребность в ресурсах и планировать их использование при решении задач в профессиональн	УК-4	РБ, СД	Анализирует ситуацию на медиарынке и в социальном секторе, анализирует избыток или нехватку нишевых медиапроектов и сервисов	Работа на семинарах, выполнение промежуточных и итогового заданий	Оценка промежуточных и итогового заданий



ой деятельности					
Способен критически оценивать и переосмысливать накопленный опыт (собственный и чужой), рефлексировать профессиональную и социальную деятельность	УК-9	МЦ	Анализирует существующие социальные проекты с точки зрения их эффективности, анализирует их достоинства и недостатки.	Работа на семинарах, выполнение промежуточных и итогового заданий	Оценка промежуточных и итогового заданий
Способен осознавать и учитывать социокультурные различия между разными аудиторными группами в процессе подготовки развлекательных и информационных продуктов	ПК-2	СД	Анализирует целевую аудиторию различных социальных проектов	Работа на семинарах, выполнение промежуточных и итогового заданий	Оценка промежуточных и итогового заданий
Способен принимать участие в проектировании концепций медиапроектов и их реализации в качестве координатора	ПК-10	МЦ, СД	Координирует процесс создания концепции социального стартапа, понимает и воплощает варианты их реализации	Работа на семинарах, выполнение промежуточных и итогового заданий	Оценка промежуточных и итогового заданий
Способен применять различные методы для анализа данных о коммерческой привлекательности, значимости, эффективности тех или иных медиапроектов	ПК-21	РБ, СД	Анализирует социальные стартапы с точки зрения их коммерческого успеха, социальной значимости и эффективности.	Работа на семинарах, выполнение промежуточных и итогового заданий	Оценка промежуточных и итогового заданий

4 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина относится к блоку дисциплин по выбору. Изучение данной дисциплины базируется на следующих дисциплинах:



- Теория медиакоммуникаций
- Медиамаркетинг
- Медиаменеджмент
- Управление проектами
- Дизайн в цифровой среде
- Проектный семинар

5 Тематический план учебной дисциплины

№	Название раздела	Департамент	Всего часов	Аудиторные часы		Самостоятельная работа
				Лекции	Семинары	
1	Тема 1. Введение в социальный сектор и социальное предпринимательство	Медиа	12	4	–	8
2	Тема 2. Теория изменений	Медиа	12	4	–	8
3	Тема 3. Игра “Models of Impact”.	Медиа	12	–	4	8
4	Тема 4. Брифы НКО и выбор идей проектов	Медиа	12	4	–	8
5	Тема 5. Типы социальных стартапов	Медиа	12	–	4	8
6	Тема 6. Монетизация и бизнес-модель. Ресурсы и бюджет проекта	Медиа	12	–	4	8
7	Тема 7. Брендинг социального стартапа	Медиа	12	4	–	8
8	Тема 8. UX/UI социального стартапа	Медиа	12	–	4	8
9	Тема 9. Типы контента и инструменты	Медиа	12	4	–	8
10	Тема 10. Продвижение социального стартапа	Медиа	12	–	4	8
11	Тема 11. Аналитика аудитории	Медиа	10	2	–	8
12	Тема 12. Подготовка презентаций к питчу	Медиа	10	–	2	8
13	Защита итоговых проектов	Медиа	12	–	6	6
	Итого часов		152	22	28	102



6 Формы контроля знаний студентов

Тип контроля	Форма контроля	3 год	Департамент	Параметры
		3		
Текущий	Задание 1. Игра “Models of Impact”.	*	Медиа	Заполнение карточки результатов игры в виде параметров социального проекта. Создание концепции реализации.
	Задание 2. Формирование идеи социального стартапа.	*	Медиа	Заполнение карточки: идея проекта, цель и ожидаемый результат, Целевая аудитория проекта и карта эмпатии.
	Задание 3. Выбор типа социального стартапа.	*	Медиа	Выбор типа будущего социального стартапа. Предложение вариантов реализации для разных типов.
	Задание 4. Монетизация и бизнес-модель. Ресурсы и бюджет проекта.	*	Медиа	Выбор монетизации социального стартапа и составление бизнес-модели. Заполнение таблицы ресурсов и бюджета проекта.

Тип контроля	Форма контроля	3 год	Департамент	Параметры
		4		
Текущий	Задание 5. UX/UI социального стартапа.	*	Медиа	Разновидность социальных проектов. Примеры и кейсы. Критерии для выбора типа социального стартапа.
	Задание 6. Наполнение контентом.	*	Медиа	Добавление в социальный стартап: тексты, фото, видео, инфографика и другие типы медиа.
	Задание 7. Запуск и продвижение социального стартапа.	*	Медиа	Создание списка каналов продвижения и заполнение таблицы медиаплана.
	Задание 8. Аналитика.	*	Медиа	Анализ поведения пользователей с помощью Google Analytics или Яндекс.Метрика, формирование отчетов и заполнение карточки аналитики.
	Задание 9. Доработка проектов.	*	Медиа	Подготовка проектов к защите, используя чек-лист.



7 Критерии оценки знаний, навыков

Порядок формирования оценок указан в пункте 11 настоящей программы. При оценивании заданий и финального проекта преподаватель использует следующие критерии:

- Своевременность выполнения заданий. Для каждого задания устанавливается срок выполнения. При сдаче задания после объявленной даты выполнения к оценке применяется коэффициент 0,5 (т.е. общая оценка за это задание делится пополам).
- Выполнение всех условий задания

Специальные критерии оценки для отдельных заданий:

Задание 1. Игра “Models of Impact”.

Критерии оценки:

Полнота создания концепции социального проекта.

Задание 2. Формирование идеи социального стартапа.

Критерии оценки:

Полнота и ясность формулирования идеи, цели и ожидаемого результата проекта и целевой аудитории, полностью заполненная карта эмпатии.

Задание 3. Выбор типа социального стартапа.

Критерии оценки:

Обоснованность выбора типа социального стартапа.

Задание 4. Монетизация и бизнес-модель. Ресурсы и бюджет проекта.

Критерии оценки:

Полнота заполненной карточки бизнес-модели и таблиц бюджета и ресурсов.
Целесообразность и обоснованность данных.

Задание 5. UX/UI социального стартапа.

Критерии оценки:

Полнота заполнения UI Kit и обоснованность выбора элементов с помощью референсов.
Полнота и обоснованность информации в карточке Customer Journey Map.

Задание 6. Наполнение контентом.

Критерии оценки:

Обоснованность выбора типа контента и адекватность контента социального стартапа.

Задание 7. Запуск и продвижение социального стартапа.

Критерии оценки:

Полнота и обоснованность информации в таблице медиаплана и выбора каналов продвижения.

Задание 8. Аналитика.

Критерии оценки:

Целесообразность выбора отчетов и графиков для анализа поведения пользователей в Google Analytics и Яндекс.Метрике. Полнота и обоснованность выводов на основе данных.

Задание 9. Доработка проектов.

Критерии оценки:

Наличие всех блоков в соответствии с предоставляемым чек-листом. Наличие всей информации, по которой можно судить о проекте, его целях и результате.



8 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение в социальный сектор и социальное предпринимательство.

Социально значимые проблемы. Некоммерческие и общественные организации. Социальное предпринимательство. Гражданские приложения и социальные стартапы. Технологии для социального сектора.

Лекционные занятия – 4 академических часа.

Тема 2. Теория изменений.

Оценка эффективности социальных проектов. Social Impact. Примеры и кейсы.

Лекционные занятия – 4 академических часа.

Тема 3. Игра “Models of Impact”.

Модели социального вклада. Формирование идей проектов с помощью командной игры.

Семинарские занятия – 4 академических часа.

Тема 4. Брифы НКО и выбор идей проектов.

Выбор и разбор брифов существующих некоммерческих организаций и формирование идеи будущего проекта.

Лекционные занятия – 4 академических часа.

Тема 5. Типы социальных стартапов.

Разновидность социальных проектов. Примеры и кейсы. Критерии для выбора типа социального стартапа.

Семинарские занятия – 4 академических часа.

Тема 6. Монетизация и бизнес-модель. Ресурсы и бюджет проекта.

Бизнес-модели социальных стартапов. Типы монетизации. Ресурсы и бюджет.

Семинарские занятия – 4 академических часа.

Тема 7. Брендинг социального стартапа.

Бренд и его роль в проекте. Элементы брендинга проекта.

Лекционные занятия – 4 академических часа.

Тема 8. UX/UI социального стартапа.

Дизайн социального стартапа. Пользовательский интерфейс и юзабилити.

Семинарские занятия – 4 академических часа.

Тема 9. Типы контента и инструменты.

Инструменты для самостоятельного создания социального стартапа. Типы контента и источники.

Лекционные занятия – 4 академических часа.

Тема 10. Продвижение социального стартапа.

Способы планирования и достижения результата. Основные параметры продвижения. Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование.

Семинарские занятия – 4 академических часа.



Тема 11. Аналитика аудитории.

Аналитика поведения пользователей. Google Analytics и Яндекс.Метрика.

Лекционные занятия – 2 академических часа.

Тема 12. Подготовка презентаций к питчу.

Основные параметры успешной презентации проекта на защите. Примеры.

Семинарские занятия – 2 академических часа.

Защита итоговых проектов

Семинарские занятия — 6 академических часа.

9 Образовательные технологии

Во время реализации дисциплины используются следующие образовательные технологии: лекции, дискуссии, выступления студентов по заданной теме, разбор кейсов, работа в командах.

10 Оценочные средства для текущего контроля и аттестации студента

Задание 1. Игра “Models of Impact”.

Оформление результатов игры в виде параметров социального проекта. Создание концепции реализации.

Задание 2. Формирование идеи социального стартапа.

Идея проекта, цель и ожидаемый результат. Целевая аудитория проекта и карта эмпатии.

Задание 3. Выбор типа социального стартапа.

Выбор типа будущего социального стартапа. Предложение вариантов реализации для разных типов.

Задание 4. Монетизация и бизнес-модель. Ресурсы и бюджет проекта.

Выбор монетизации социального стартапа и составление бизнес-модели. Заполнение таблицы ресурсов и бюджета проекта.

Задание 5. UX/UI социального стартапа.

Customer Journey Map и пользовательский интерфейс социального стартапа. UI Kit.

Задание 6. Наполнение контентом.

Тексты, фото, видео, инфографика и другие типы медиа.

Задание 7. Запуск и продвижение социального стартапа.

Создание списка каналов продвижения и медиаплана. Запуск проекта.

Задание 8. Аналитика.

Анализ поведения пользователей с помощью Google Analytics или Яндекс.Метрика.

Задание 9. Доработка проектов.

Подготовка проектов к защите, используя чек-лист.



11 Порядок формирования оценок по дисциплине

Проведение экзамена по дисциплине не предусмотрено, в ведомость выставляется оценка на основе итогового контроля. В рамках раздела студент получает оценку за посещаемость, выполнение заданий и защиту итогового проекта. Оценки выставляются по 10-ти балльной шкале. Итоговая оценка рассчитывается по формуле:

$$O_{\text{итог}} = 0,2 * O_a + 0,5 * O_c + 0,3 * O_{\text{пр}}, \text{ где}$$

O_a — оценка за активность на занятиях (на каждом занятии можно заработать по 1 баллу, активно участвуя в дискуссиях и выполняя задания),

O_c — среднеарифметическая оценка за выполнение всех заданий,

$O_{\text{пр}}$ — оценка за защиту итогового проекта.

В зависимости от срока сдачи выполненного задания оценке присваивается дополнительный коэффициент:

- x_1 — задание выполнено в срок;
- $x * 0,5$ — задание выполнено с задержкой до 5 дней;

Способ округления оценки за раздел — арифметический. Округление производится после выполнения всех вычислений внутри формулы, т.е. после умножения оценок на коэффициент она не округляется. Округляется только итоговая оценка за раздел.

12 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

12.1 Базовый учебник

Базовый учебник по дисциплине отсутствует. Студентам будет предоставлен ридер.

Основная литература

- Теплица социальных технологий (<https://te-st.ru>)
- Александр Остервальдер. Построение бизнес-моделей: Настольная книга стратега и новатора. – Альпина Паблишер, 2017.
- Дэвид Борнштейн. Как изменить мир. Социальное предпринимательство и сила новых идей. – Альпина Паблишер, 2017.
- Наталия Зверева. Создание успешного социального предприятия. – Альпина Паблишер, 2017.
- <https://tilda.education>
- Эдвард Тафти «Представление информации» (<http://envisioninginformation.daiquiri.ru>)
- Инфографика и дизайн (<https://infogra.ru>)
- Журнал «Инфографика» (<http://infographicsmag.ru>)

12.2 Программные средства

Для успешного освоения дисциплины, студент использует следующие программные средства, интернет-ресурсы и платформы:



- Google Drive (Google Docs, Google Sheets, Google Forms)
- Trello
- Asana
- Canva
- Allthefreestock
- Glvrd
- Realtimeboard
- Tilda
- Readymag
- Infogr.am
- Google Analytics
- Яндекс Метрика

12.3 Дистанционная поддержка дисциплины

Во время прохождения курса и подготовки промежуточных и/или итоговых заданий взаимодействие студентов с преподавателями осуществляется через электронную почту или другие каналы по усмотрению преподавателя.

13 Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для осуществления учебного процесса используется следующее материально-техническое обеспечение:

- Компьютеры, оснащенные программным обеспечением для работы с текстом, аудио- и видеомонтажа, обработки фотографий и подготовки презентаций, имеющие доступ в интернет.
- Проектор для демонстрации учебных материалов.