Проектная заявка

|  |  |
| --- | --- |
| Тип проекта | Исследовательский |
| Название проекта | РБК. Исследование «Медиа как бизнес» |
| Подразделение, инициатор проекта | Факультет коммуникаций, медиа и дизайна  |
| Руководитель проекта | Сенько Александр Викторович, приглашенный преподаватель, avsenko@hse.ru |
| Заказчик проекта/востребованность проекта  | Группа РБК |
| Основная проектная идея/описание решаемой проблемы | Основная идея — по-новому взглянуть на изучение медиа.Студенты будут следить за трендами и новостями отрасли, изучая это с научно-практической точки зрения. Отрасль медиа зачастую изучается со стороны, извне, а в этом проекте участники будут находится внутри самой отрасли, в курсе всего происходящего, и смогут намного более эффективно сформулировать исследовательские вопросы и ответить на них. Также цель проекта заключается в разработке инновационных инструментов завоевания и восстановления доверия аудитории, рекламодателей, партнеров. К тому же, проект нацелен на подготовку карты компетенций, которая поможет большому количеству менеджеров и руководителей в отрасли.  |
| Цель проекта | Изучить медиа как бизнес, определить основное расположение сил на рынке: конкурентов, аудиторию, проблемы. Сформулировать большую обновляемую базу исследовательских вопросов для дальнейшего изучения. Составить карту компетенций современного медиаменеджера.  |
| Планируемые результаты проекта, специальные или функциональные  | — Дайджесты для заказчика проекта (группы РБК);— исследовательские отчеты с научными вопросами и гипотезами для дальнейшего изучения рынка, конкурентов и аудитории; — прототипы продуктов внутри отрасли; Для студентов также: — возможность определения своей компетенции в рамках медиа; — возможность поработать одновременно в научном и практическом поле.  |
| Требования к участникам с указанием ролей в проектной команде при групповых проектах | — хорошее представление об отрасли медиа в целом; — умение находить и анализировать данные; — научный интерес к современному медиа рынку;— желание работать в современной медиа компании |
| Количество вакантных мест на проекте | 25 |
| Проектное задание  | Планомерно изучать и анализировать игроков медиа на рынке: их особенности, подход к работе с аудиторией, нестандартные пути дистрибуции контента. Находить и также анализировать новых игроков, стартапы, все новые технологии, которые могут повлиять на изменение работы медиа. Находить неожиданных и оригинальных путей, как можно добиться успеха на рынке медиа. Составлять исследовательскую базу: вопросы и методология, по которой в дальнейшем можно будет изучать рынок. Исследовать компетенции медиаменеджеров, взяв во внимание мнения и тренды всех участников отрасли.  |
| Критерии отбора студентов  | Мотивационное письмо, собеседование (при необходимости) |
| Сроки и график реализации проекта  | 1 апреля 2020 – 15 июня 2020 |
| Трудоемкость (часы в неделю) на одного участника | 12 |
| Количество кредитов | 4 |
| Форма итогового контроля | Отчет о выполненной работе |
| Формат представления результатов, который подлежит оцениванию | Дайджесты медиа-компаний; информационная база с методологией, как изучать тренды; исследовательские отчеты по современным медиа с кейсами |
| Образовательные результаты проекта  | По итогам проекта студент:* Называет, классифицирует и объясняет медиапроцессы на примере Группы РБК, одного из крупнейших в России медиа;
* исследует тренды и тенденций в мире медиа, анализирует их и применяет;
* разрабатывает современные инструменты исследований и привлечения аудитории, которые в дальнейшем будут использоваться в отрасли;
 |
| Критерии оценивания результатов проекта с указанием всех требований и параметров  | - Своевременность выполнения задания- Полнота выполнения задания- Корректность использованных источников при выполнении задания- Исследовательская активность, инициативность- Логичные и обоснованные выводы по результатам исследования   |
| Возможность пересдач при получении неудовлетворительной оценки | Нет |
| Рекомендуемые образовательные программы | Медиакоммуникации, Журналистика, Социология, Реклама и связи с общественностью |
| Территория | * Факультет коммуникаций, медиа и дизайна, Хитровский переулок, 2/8 с5
* РБК, ул.Профсоюзная, д.78 стр.1
 |