

# КЕЙСЫ ДЛЯ МЕНЕДЖЕРОВ



Силантьева Оксана,  
магистр мультимедиа журналистики

# КЕЙС 1

У вас есть задача. В вашем городе живет 600 000 человек. Есть городская общественно-политическая газета. Не лидер рынка, но стоит на втором месте. Первое место у «Комсомолки». Ее реальный тираж — 20 000 в день (40 000 «толстушка»). Ваш — 14 000 в день.

В интернете действует городской интернет-портал ggg.ru. Его суточная посещаемость 60 000 человек в день. Статистика закрыта, поэтому вы не знаете, сколько из них ходят на новости. Новости у них состоят из перепечаток новостей и собственных 5–6 ежедневных статей. То есть оперативные новости они берут без затрат в интернете, а статьи пишут сами. На сайте развита система комментариев, и число комментариев к статье колеблется от 20 до 500. Это много. Просмотров статьи, в среднем — около 15 000 (за время жизни статьи).

У «КП» есть сайт, но доля местной аудитории там минимальна, примерно 2–3 тысячи человек в день.

У вас нет сайта, и вы думаете — делать его или нет. Сайт нужен для увеличения числа читателей газеты (всё равно — в интернете или в печатном виде). Вам поставлена задача: довести число читателей до 70 000 человек.

## Вопросы:

- ✓ **каких данных не хватает в задаче, чтобы оценить реалистичность?**
- ✓ **опишите последовательность действий: как вы будете создавать сайт, если задача реалистична.**
- ✓ **опишите возможные методы продвижения сайта, если учесть, что рекламного бюджета у вас нет.**



Силантьева Оксана,  
магистр мультимедиа журналистики

# КЕЙСЫ ДЛЯ РЕДАКТОРОВ



Силантьева Оксана,  
магистр мультимедиа журналистики

# КЕЙС 1

В вашу газету пришел крупный рекламодатель с просьбой разместить рекламу на сайте. Бюджет большой, но рекламодатель с придурью. Он не хочет баннеров, не хочет рекламных статей и прямого упоминания компании.

Рекламодатель работает на массовом рынке, его товар — из серии «все покупают» (лимонад-зубная паста — пишущие ручки). Пришел рекламодатель к вам, поскольку вы крупнейший региональный информационный интернет-ресурс. Реклама в газете его не интересует, только в интернете.

Ваша задача: придумать, как решить проблему рекламодателя, учитывая его требования — не использовать баннеры (текстовые и графические) и рекламные статьи. Задача не рекламная, а редакторская: вам нужно решить — как, где и каким образом это сделать.



Силантьева Оксана,  
магистр мультимедиа журналистики

# КЕЙС 2

Посмотрите на план онлайн-репортажа, который собираются вести 2 журналиста. У них 1 фотоаппарат на двоих, фотоаппарат может снимать видео. Во время репортажа только один компьютер будет подключен к Интернету. Они знают о том, что будут вести репортаж с этого события, за 2 дня до круглого стола. **Оцените качество плана, если это вам кажется необходимым, поправьте его и дополните. Составьте план, который на ваш взгляд, будет наиболее эффективным.**

## План круглого стола “Гуманитарное измерение образования”

- 10.00 Абдулова И. “Гуманитарии и ксенофобия”
- 10.30 Прямикова Е. Дети-мигранты в школе: вызов образованию
- 11.00 Кофе-брейк
- 11.20 Цуканова А. Толерантность в образовательной среде: эмоции и интеллект
- 12.00 Вшивкова И. Система сотрудничества и взаимодействия специалистов разных ведомств в профилактике насилия над детьми (проблемы, сравнения с другими странами, перспективы)
- 12.30 Дискуссия

## План онлайн-репортажа:

- 9.40 Сделать фото всех докладчиков
- 9.50 Взять интервью у Вшивковой об опыте работы с детьми в других странах
- 10.00 Сделать фото общее круглого стола
- 10.15 Выложить на сайт 2 абзаца текста вообще про круглый стол и общее фото
- 10.30 Добавить в материал краткое изложение доклада Абдуловой
- 11.00 Взять интервью у участников круглого стола об их видении наиболее актуальных проблем в сфере детства
- 11.20 Добавить в материал краткое изложение доклада Пряиковой
- 11.30 Снять на видео фрагмент выступления Цукановой
- 11.30 Выложить на сайт отдельным материалом рейтинг проблем по мнению участников круглого стола
- 12.30 Отдельным материалом выложить изложение доклада Цукановой
- 12.40 Расставить ссылки на сайты организаций



Силантьева Оксана,  
магистр мультимедиа журналистики