

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»
Филологический факультет
Кафедра русской словесности и межкультурной коммуникации

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры
(наименование дисциплины)

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): «Медиакоммуникации в профессиональной сфере»

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Протокол Ученого советом Института от 31 мая 2022 года (протокол № 17)

Москва 2022

Разработчик (и): Северская Ольга Игоревна, кандидат филологических наук, ведущий научный сотрудник ФГБУН Институт русского языка им. В.В. Виноградова РАН, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина».

Рабочая программа дисциплины обсуждена и одобрена для исполнения с 2023/2024 учебного года на заседании кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации 30 августа 2023 года (протокол № 1).

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины «Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры» является формирование системного представления о медиаконтенте, медиатексте, медиатехнологиях, закономерностях и тенденциях развития современного медиаконтента и его форматов и форм репрезентации в СМИ.

Цель определяет следующие задачи:

- изучить особенности современного медиаконтента;
- овладеть алгоритмом подготовки различных типов медиаконтента;
- анализировать и создавать различные типы контента в системе медиа-, социальных и бизнес-коммуникаций;
- использовать механизмы убеждения, стратегии и тактики воздействия для подготовки медиаконтента.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 «Медиакоммуникации» дисциплина «Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры» относится к обязательной части учебного плана (Б1.О.09).

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК)	Результаты обучения по дисциплине		
		знать	уметь	Владеть
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2.1. Понимает имеющиеся проектные ограничения, планирует работы с учетом доступных ресурсов и определяет необходимые пути достижения поставленной цели с учетом анализа альтернативных вариантов УК-2.2 Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла	- структуру медиарынка; - возможности конвергентных массмедиа; - типологию медиаконтента; - жизненный цикл медиа-проектов; - принципы командной работы	- формулировать цели и задачи, выбирать пути их достижения; - планировать командную работу; - эффективно общаться с коллегами, заказчиками и клиентами, способность работать в команде и решать возникающие проблемы.	- технологиями сбора, обработки и распространения информации в массмедиа; - принципами создания медиапроектов с продуктами разных форматов и медиажанров; - основами планирования в проектной деятельности
ОПК-1 Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.1. Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов;	осуществлять управление процессом подготовки востребованных обществом и индустрией журналистских текстов и (или) продуктов с учетом изменений норм русского языка и особенностей иных знаковых систем.	навыками планирования, организации и координации процесса создания медиатекстов и (или) медиапродуктов на всех этапах их производства, тиражирования и распространения

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4.1 Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	<ul style="list-style-type: none"> - информационные потребности общества; - особенности медиарынка; - принципы таргетирования ЦА; - методы маркетинговых исследований и продвижения мультимедийных проектов 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать данные и принимать решения на основе результатов анализа; - разрабатывать стратегии продвижения, анализировать результаты и вносить коррективы в соответствии с обратной связью; 	<ul style="list-style-type: none"> - принципами анализа медиаметрии; - навыками работы с социальными сетями и поисковыми системами; - техниками вербального и невербального воздействия на аудиторию;
ПК-2 Способен разрабатывать, планировать и реализовывать медиапроекты и создавать медиапродукты, в том числе связанные с распространением и популяризацией знаний в области русского языка и русской культуры	<p>ПК-2.1 Разрабатывает концепцию, структуру и условия реализации медиапроектов и медиапродуктов, формирует организационную структуру медиапроектов</p> <p>ПК-2.2 Определяет способы продвижения медиапродуктов</p>	<ul style="list-style-type: none"> - специфику традиционных и сетевых форм медиаконтента (текстового, аудиального и визуального); - форматы и жанры мультимедийного контента; - законы использования рекламы в медийных каналах и холдингах. 	<ul style="list-style-type: none"> - анализировать ЦА аудиторию и потребляемые ею медиапродукты конкурентов, - находить оригинальные идеи, экспериментировать и предлагать новые решения; - адаптировать проекты к изменяющимся условиям. 	<ul style="list-style-type: none"> - алгоритмами подготовки различных типов контента в системе медиа-, бизнес- и социальных коммуникаций; - технологиями рерайтинга, копирайтинга, создания авторских мультимедийных материалов, интернет-блогинга, подкастинга, вло-гинга; - основами медиамаркетинга, рекламы, технологиями PR и SMM.

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	1 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	3
Количество часов по учебному плану (час.)	108
Контактная работа (всего)	24
в том числе в форме практической подготовки	
В том числе:	
Лекции	12
Практические занятия	12
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	82
Форма промежуточной аттестации – зачет	2

4. 2. Структура и содержание дисциплины

Наименование и краткое содержание разделов дисциплины	Количество часов по учебному плану	Контактная работа (часы), из них			Самостоятельная работа	Форма промежуточной аттестации	Формы текущего контроля успеваемости
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы			
Очная форма							
<p>1. Медиа контент сегодня: типы, виды, коммуникационные особенности и медиатренды. <i>Содержание:</i> Особенности современной медиакоммуникации: виртуализация информационного пространства, глобализация информационной среды, появление новых коммуникационных форматов Web 1.0, 2.0, 3.0. Взаимодействие и взаимовлияние контента, каналов и аудитории. Каналы распространения информации: визуальные, аудиальные, аудиовизуальные, смешанные. Контент, текст и дискурс. Медиа контент и его элементы: текст, звук, изображение, видео, графика. Виды информации: фактуальная, концептуальная, узуальная. Текст и подтекст. Стилистика медиа контента и стилистика мысли. Виды медиа контента по содержанию: информационный, продающий, развлекательный. «Три кита» хорошего контента: релевантность, сторителлинг, проблемность/конфликтность. Коммуникативная организация: адресант и адресат, их потребности, позиции, намерения, коммуникативные стратегии и тактики кодирования и восприятия информации. Правила достижения взаимопонимания. Образы пользователей. Универсальные способы создания контента: Self Media, экспертный, редакционный, User-generated content.</p>	16	2	2		12		У О Р ПОЗ
<p>2. Типология современного медиа контента</p>	16	2	2		12		Э О ПОЗ

<p><i>Содержание:</i> Виды медиаконтента в зависимости от авторства: журналистский, пользовательский, институциональный, роботизированный. Типология авторского контента: по количеству авторов, параметру присутствия автора в медиатексте, степени публичности, вкладу автора в создание медиатекста. Виды вторичного контента: ререйтинг, агрегация, открытые данные. Ререйтинг: поверхностный и глубокий. Правила и этапы работы над ререйтом. Ререйт и копирайтинг. Агрегаторы новостей: назначение и цели использования, принципы работы, критерии агрегации контента (цитируемость, свежесть новости, информативность). Важнейшие базы открытых данных. Информационный краудсорсинг. Медиаметрия. Жанровая типология медиатекстов: оперативно-новостные (новости и заметки); оперативно-исследовательские (интервью, репортажи, отчеты); исследовательско-новостные (комментарии, рецензии); исследовательские (статья, лонгрид, обозрение); исследовательско-образные (очерк, эссе, фельетон, памфлет).</p>							
<p>3. Современная интернет-журналистика и блогинг. <i>Содержание:</i> «Всемирная паутина» ((World Wide Web) как основной канал интернет-коммуникации: хостинги, домены, сайты и личные страницы. Типология интернет-контента: художественный/нехудожественный; изолированный/сетевой; аксиальный/дисперсный; только чтение/чтение с комментариями/чтение-письмо; проект одного автора/проект с возможностью коллективного творчества. По носителю инфор-</p>	18	2	2		14		О ПЗ ПОЗ

<p>мации: текстовый, фото-, видео-, комбинированный. По формату: сюжетный и справочный. По функции: информационный (профессиональный/любительский), коммерческий/некоммерческий. Социальные сети как вид новой журналистики. Блог: электронный журнал. Типология блогов: по носителю информации – текстовые, визуальные, аудиальные; по автору – официальные, корпоративные, коллективные, авторские. Языковые и стилистические средства в блоге. Факт и мнение в блогосфере. Темы для личного / корпоративного блога. Блог Яндекса как пример тематики корпоративного блога. Параметры медиаметрии блогосферы (исследования Reporters): активность аудитории в зависимости от дня недели и времени публикации, длины текста, типа контента, показатели вовлеченности.</p>							
<p>4. Современные радиопроекты и подкастинг. <i>Содержание:</i> Радио в условиях конвергенции и гибридизации эфира. Аудитория: «радиозрители» или «телеслушатели»? Визуализация и вербализация. Радио в интернете. Конвергентная радиоредакция: профессии и роли. Вербальные и невербальные средства радиоречи. Формо- и стилеобразующие выразительные средства. Особенности написания текстов для прослушивания. Новости и истории. Формы и жанры аудиоконтента. Способы привлечения внимания «рассеянного слушателя». Подкастинг как подписное вещание и аудиоблогинг. Типология подкастов: уникальные и серийные (мультисезонные), по формату – разговорные, нарративные, фикшн, трукрайм. Этапы работы с подкастом: тема, идея, формат, длина, сценарий,</p>	18	2	2		14		О ПОЗ

поиск гербов, запись и монтаж, размещение, продвижение. Программы записи, монтажа. Популярные хостинги. Параметры медиаметрии дослушивания подкастов: по тематической категории, по гендеру, по длине, по дню и времени размещения.							
5. Современные телепроекты, влогинг и другие формы визуального медиаконтента. <i>Содержание:</i> ТВ и формы его эфирного и цифрового вещания. Эфирная трансляция и стрим. Визуальность и эффект присутствия. Язык визуальных образов: кадр, план, ракурс, композиция, визуальные метафоры, сравнения, метонимии. «Картинка» и текст. Блог как личное/корпоративное медиа. Типология по платформе, параметрам видеозаписи и особенностям видеоряда и звукового сопровождения, субъектной организации и тематико-функциональной специфике. Политические, технологические, кино-влоги, лайфстайл-, бьюти-, фэшн-влоги, обзоры видеоигр и летсплеи, трэвел-влоги, фитнес-влоги. Параметры медиаметрии досматривания стримов и влогов: по тематической категории, по гендеру, по длине, по дню и времени размещения. Способы и принципы визуализации текстового контента: фото и инфографика. Инфографика как разновидность креолизованного текста. Формы презентации инфографики: иллюстрации, видео, анимация. чертежи и схемы, карты. Онлайн-инструменты создания инфографики (Инфограм, Пиксельмап, Thingling). Роль визуализации в восприятии текста аудиторией.	19	2	2		15		О ПОЗ
6. Медиакартина мира и управление контентом СМИ в условиях конвергентности	19	2	2		15		О ПОЗ

<p><i>Содержание:</i> Понятие медиакартины мира. Культурные концепты. Прецедентные феномены. Национальные стереотипы. Стереотипы коммуникативного поведения. Формы межкультурной коммуникации в современном медиаконтенте: межрасовая, межэтническая, межкультурная. Ее элементы: восприятие, вербальные процессы, невербальные процессы. Мультимедийный контент как сообщение и воздействие. Средства воздействия в заголовке и основной части текста мультимедийного текста, языковая игра. Прямые и косвенные тактики воздействия и манипуляции. Реклама как средство формирования общественного мнения. Специфика рекламы и рекламного контента в печати, интернете, на радио и ТВ. Коммерческая и политическая реклама. Управление рекламным и иными типами контента каналами и медиахолдингами. Искусственный интеллект и его роль в современных медиа.</p>							
<p>Форма промежуточной аттестации – зачет (зачет, зачет с оценкой, экзамен)</p>	2					2	
Итого	108	12	12		82	2	

Примечание: ведущей формой контроля является проектное задание – создание личного блога, содержащего все виды медиаконтента: текстовый с визуализацией, подкаст, видеоконтент, рекламный контент с использованием средств визуализации и инфографики.

Условные обозначения форм контроля: УО – устный опрос, О – обсуждение, ПЗ – проектное задание, ПОЗ – практико-ориентированное задание, Р – реферат, Э – эссе.

5. Образовательные технологии

В преподавании дисциплины «Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры» используются следующие образовательные технологии:

- активные формы лекций (лекция-беседа, лекция-дискуссия, лекция с применением обратной связи);
- формы интерактивного обучения (групповое обсуждение ключевых проблем и конкретных медиапродуктов; дискуссия; аудиторные творческие задания с последующим их обсуждением);
- кейс-технология;
- тестирование.

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих подготовку рефератов и эссе, выполнение проектных и практико-ориентированных заданий с последующей их презентацией в группе.

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

Учебная и учебно-методическая литература, учебно-методические и другие материалы, необходимые для изучения дисциплины:

6.1. Список учебной литературы

Основная литература:

1. Майстренко, Н. В. Мультимедийные технологии в информационных системах: учебное пособие / Н. В. Майстренко, А. В. Майстренко. — Тамбов: Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 81 с. — ISBN 978-5-8265-1478-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/64124.html>
2. Катунин, Г. П. Основы мультимедийных технологий: учебное пособие / Г. П. Катунин. — 2-е изд. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 793 с. — ISBN 978-5-4497-0506-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/93614.html>

Дополнительная литература:

1. Катунин, Г. П. Создание мультимедийных презентаций: учебное пособие / Г. П. Катунин. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2012. — 221 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/40550.html>

6.2. Словари и справочники:

1. Лозовский Б. Журналистика и испр. и доп. — Екатеринбург: Урал. гос. ун-т, 2007. — 306 с. [Электронный ресурс] // // Электронный научный архив УрФУ. — Режим доступа: https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/48851/1/Lozovsky_2007.pdf.
2. Научно-информационный орфографический академический ресурс «Академос» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://orfo.ruslang.ru/>.
3. Портал «Русские словари» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://www.slovari.ru/>.
4. Эффективная коммуникация: история, теория, практика: словарь-справочник/ отв. ред. М.И. Панов; сост. М.И. Панов, Л. Е. Тумина]. - М.: Агентство "КРПА "Олимп"" , 2005. - 959 с.

6.3. Периодические издания:

1. Электронный научный журнал «Медиаскоп» [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://www.mediascope.ru/> (дата обращения: 10.02.2023).

2. Журнал «Журналист» [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://jrnlst.ru/> (дата обращения: 10.02.2023).

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Ресурсы сети Интернет, необходимые для изучения дисциплины:

Наименование	Ссылка на ресурс	Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ)
Информационно-справочные системы		
Портал «Русские словари»	www.slovari.ru	Свободный доступ
Орфографический ресурс «Академос»	https://orfo.ruslang.ru	Свободный доступ
Справочно-информационный портал «Грамота.ру»	www.gramota.ru	Свободный доступ
Электронно-библиотечные системы		
Научная электронная библиотека «Кибер-Ленинка»	https://cyberleninka.ru/	Свободный доступ
Научная электронная библиотека eLIBRARY.RU	https://elibrary.ru/	По подписке
Образовательная платформа ЮРАЙТ	https://urait.ru/	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Электронно-библиотечная система IPR SMART	http://www.iprbookshop.ru/	После регистрации с компьютера Института – доступ с любого компьютера, подключенного к сети Интернет.
Профессиональные базы данных		
Мультимедийная платформа «Смотрим»	https://smotrim.ru/	Свободный доступ
Портал открытых данных Правительства Москвы	https://data.mos.ru/	Свободный доступ

6.5. Содержание самостоятельной работы

Тема 1: Медиаконтент сегодня: типы, виды, коммуникационные особенности и медиатренды.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Как цифровизация и глобализация информационной среды повлияла на развитие массмедиа?
2. В каком канале коммуникации медиаконтент наиболее вариативен?
3. Как вы понимаете релевантность контента?
4. Как на структуру и содержание медиаконтента влияют позиции и намерения адресанта и адресата?
5. Считаете ли вы контент от пользователей – комментарии, вопросы и прочее – видом журналистики?

Задания для самостоятельной работы:

1. Прочтите и проанализируйте по предложенной преподавателем схеме текст «Как начать действовать, когда нет ни сил, ни желания» (<https://www.psychologies.ru/standpoint/kak-nachat-deystvovat-kogda-net-ni-sil-ni-jelaniya/>) (О).
2. Создайте текстовый контент методом рерайтинга: перепишите этот текст, 1) имея в виду не самую широкую, а конкретную целевую аудиторию, какую-то социальную группу, ориентируясь на ее интересы; 2) четко осознавая, что именно вы хотите от аудитории, как хотите повлиять на нее и изменить ее "знание о мире"; 3) используя коммуникативные стратегии и тактики воздействия на адресата. Оптимальный объем – 2000-3000 знаков с пробелами. По желанию используйте визуализацию (ПОЗ).
3. Подготовьте к практическому занятию реферат на одну из предложенных тем (Р).

Тема 2. Типология современного медиаконтента.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Можете ли вы отличить роботизированный медиаконтент от авторского? Какие признаки выдают нейросеть?
2. Какой вид рерайтинга чаще используется в информационной журналистике?
3. Как рерайт используется в копирайтинге? Меняются ли характеристики контента?
4. Какие базы открытых данных вы знаете и какими уже пользовались (или воспользовались бы)?
5. Как проверить информацию, почерпнутую из баз открытых данных?

Задания для самостоятельной работы:

1. Посмотрите, как представлены новости в агрегаторе типа Яндекс.Новости/Дзен.Новости. Выберите наиболее интересную для вас. Действительно ли фрагменты, выделенные в источниках при агрегации, соответствуют ключевым моментам в реферируемом контенте? Обратите внимание на число просмотров каждого из агрегированных материалов: совпадает ли их порядок с рейтингом внимания аудитории? Сравните визуализацию контента в анализируемых статьях: где она удачнее? можете ли предложить лучший вариант? (О)
2. Создайте на основе проанализированного материала свою короткую новость на 1000-1500 знаков с пробелами (ПОЗ).
3. Пользуясь открытыми данными Правительства Москвы (<https://data.mos.ru/>), подготовьте эссе в форме медиатекста по одной из представленных на портале тем: культура, образование, здравоохранение, досуг и отдых, дороги и транспорт, пешеходная инфраструктура, социальная среда, предпринимательство, финансы и др. в Москве. Придумайте для своего эссе привлекательный заголовок. Объем от 8000 до 20000 знаков (Э).

Тема 3. Современная интернет-журналистика и блогинг.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Кто владеет контентом в интернет-пространстве? Соблюдаются ли авторские права? Обеспечивается ли конфиденциальность информации?
2. Какие формы сюжетного и справочного интернет-контента вы знаете? Приведите примеры из современных интернет-СМИ.
3. Какие формы контента – текстовые, аудиальные, визуальные – сегодня, по-вашему, наиболее востребованы и почему?
4. Может ли успешный блог состоять из одного поста?
5. Что больше ценится в блогосфере – факты или мнения?

Задания для самостоятельной работы:

1. Проанализируйте и сравните между собой официальные блоги Президента РФ В.В.Путина и мэра Москвы С.Собянина. Что вам нравится, а что бы вы посоветовали изменить? (О)
2. Проанализируйте, чем определяется успех вашего любимого блогера и чем он притягивает подписчиков? (ПОЗ)
3. Подготовьте проектное задание: создайте свой собственный блог (можете использовать и свою страничку в соцсетях, превратив ее в успешный медиапроект): 1) напишите бизнес-проект собственного «условно топового» блога: определитесь с платформой, аудиторией, ритмом публикаций, тематикой; 2) составьте тематический план публикаций примерно на месяц; 3) Напишите текстовый пост с визуализацией (с картинкой / инфорграфикой) для своего блога, с учетом медиаметрических данных активности аудитории в зависимости от тематики, контента и длины текста (ПЗ).

Тема 4. Современные радиопроекты и подкастинг.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Как меняется язык и стилистика радио в условиях гибридизации?
2. Какие средства визуализации есть у современного радио? Может ли визуализация быть вербальной?
3. Чем подкаст отличается от радиопередачи?
4. Победит ли подкастинг радио? Обоснуйте свой ответ.
5. Какие темы подкастов наиболее популярны и почему? Оцените как слушатель и сверьтесь с данными медиаметрии.

Задания для самостоятельной работы:

1. Прослушайте материалы раздела «Аудиосторис» на платформе «Смотрим». Проанализируйте, чем стори в аудиоформате отличается от сетевых стори и нарративов. Запишите короткую стори для публикации в своем блоге на диктофон. Обсудите в группе (ПОЗ).
2. Прослушайте историю о "Титанике", рассказанную на "Маяке", попутно записав яркие факты, а потом из рассказанного за 40 минут сделайте яркий, красивый сюжет в радиоформате, в стилистике радио (с "зацепкой", просто, коротко, ёмко, разговорно) на 5-10 минут эфира. Ссылка на эфир: [Шоу Картаева и Махарадзе. Титаник / Радио Маяк \(radiomayak.ru\)](#) (ПОЗ)
3. Подберите примеры интересных для вас научно-популярных подкастов для обсуждения. Обратите особое внимание на подкасты о русском языке (например, [Розенталь и Гильденстерн — Техника речи \(technikarechi.studio\)](#)) (О)

Тема 5. Современные телепроекты, влогинг и другие формы визуального медиаконтента.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Чем, на ваш взгляд, отличается работа журналиста в прямом эфире от работы во время стрима в интернете?

2. Как в телеформате соотносятся «картинка» и текст?
3. Использует ли в полной мере визуальный язык экрана современное телевидение?
4. Какое видео вы досмотрите до конца, а какое бросите через несколько минут? Что вас привлекает? Какой хронометраж кажется оптимальным?
5. Возможна ли серьезная информационная работа в Тик-Токе?

Задания для самостоятельной работы:

1. Сделайте пост-опрос для своего блога (с учетом тематики) и представьте его в двух формах: в виде карусели (текст с визуализацией фотографиями и картинками) и в форме смонтированного видео-опроса. Привлеките не менее 5-6 респондентов, разного возраста и пола (ПОЗ).
2. Создайте в видеоформате стори/нарратив в одном из жанров видеоблогинга (ПОЗ).
3. Сделайте рекламу своему любимому видеоблогу. Что вас в нем привлекает? (О)

Тема 6. Медиакартина мира и управление контентом СМИ в условиях конвергентности

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Какие средства используют СМИ для создания медиакартины реальности? Чем она отличается от реальной и языковой?
2. Какие средства воздействия на адресата наиболее эффективны? какие сегодня распространены? в чем роль заголовка?
3. Какие принципы управления СМИ используют сегодня медиахолдинги?
4. Как и в чем искусственный интеллект помогает журналистам?
5. Чем политическая реклама отличается от пропаганды? Создает ли она рекламу каналу СМИ?

Задания для самостоятельной работы:

1. Прочитайте материал, в котором рассказывается об опыте создания конвергентной редакции на базе Оренбургского государственного университета (Овинова Е. Полезный опыт оренбургских коллег Журнал «Журналист» [Электронный ресурс]. Поразмышляйте о возможности создания конвергентной редакции, объединяющей все новостные потоки, на базе Института Пушкина и предложите ее структуру. Как вы построите работу? Какой контент будете создавать? По каким каналам распространите? (О; ПОЗ).
2. Проанализируйте и сравните 2-3 политических ток-шоу. В чем их цель и функция? Какие стратегии и тактики воздействия в них используются? Ощущаете ли вы манипуляции? (О)
3. Создайте для своего блога 3 рекламных текста любимых джинсов, кроссовок, косметики (представьте, что выполняете заказ рекламодателя): в текстовом интернет-формате, в аудио- и в видеоформате. Придумайте и создайте саморекламу своего блога для его продвижения в интернете (ПОЗ)

7. Оценочные средства для проведения текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся

Оценка качества учебных достижений обучающихся по дисциплине осуществляется в виде текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации.

7.1. Текущий контроль успеваемости

Текущий контроль успеваемости учитывает следующие виды текущей аттестации: выполнение обучающимся всех видов контрольных мероприятий, предусмотренных рабочей программой дисциплины, и самостоятельную работу обучающегося. Все формы текущего контроля и активность участия студентов в практических и (или) лабораторных занятиях, критерии их оценивания представлены в рабочей программе дисциплины, технологической карте и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Учебным планом данный вид работы не предусмотрен.

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Примерная тематика эссе:

Практико-ориентированность дисциплины позволяет объединить задание по написанию эссе с заданиями информационного поиска, реферирования и творческим заданием, предполагающим определение общественно-значимой проблемы и формулировки соответствующей ей темы.

Обучающимся предлагается, пользуясь открытыми данными Правительства Москвы (<https://data.mos.ru/>), подготовить эссе в форме медиатекста по одной из представленных на портале тем: культура, образование, здравоохранение, досуг и отдых, дороги и транспорт, пешеходная инфраструктура, социальная среда, предпринимательство, финансы и др. в Москве.

Тему эссе, таким образом, автор определяет самостоятельно, выбирая ракурс ее рассмотрения и формулируя с учетом интересов целевой аудитории.

Требования к структуре и содержанию эссе:

- Небольшой объем — от трех до пяти страниц компьютерного текста.
- Конкретная тема и подчеркнута субъективная ее трактовка.
- Свободная композиция.
- Использование парадоксов.
- Внутреннее смысловое единство.
- Непринужденность повествования.
- Ориентация на разговорную речь. В то же время необходимо избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона.
- Наличие визуализации ключевых данных / мультимедийной презентации.

Критерии оценки эссе

Критерии	Показатели
Формулировка проблемы	Проблема должна быть общественно значимой и интересной
Формулировка темы в заголовке	Заголовок должен точно отражать тему эссе и быть аттрактивным
Аргументированные комментарии	Комментарий должен основываться на фактах, быть логичным, подчеркнуто субъективным, отражающим точку зрения автора
Стройность композиции	Композиция должна работать на раскрытие темы и удержание внимания адресата
Культура речи	При ориентации на разговорность, в речи следует избегать употребления в эссе сленга, шаблонных фраз, сокращения слов, чересчур легкомысленного тона
Наличие мультимедийной презентации/визуализации контента.	При устной презентации эссе мультимедийный контент помогает объемно представить обсуждаемую проблему. При письменной презентации средства визуализации помогают акцентировать внимание на ключевых понятиях, фактах и данных.

Шкала оценивания эссе (в баллах):

Оценка за эссе выставляется по четырехбалльной системе:

- 5 **«отлично»** – выполнены все требования к написанию и презентации; тема эссе полностью раскрыта, материал изложен логично и отражает самостоятельный взгляд на проблему, сделаны выводы и обобщения, отсутствуют фактические ошибки, стиль изложения ясный, речевые нормы соблюдены.

- 4 **«хорошо»** – основные требования к эссе и его презентации выполнены, но при этом допущены недочёты; в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём; имеются упущения в оформлении.

- 3 **«удовлетворительно»** – имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании, материал изложен непоследовательно, допущены отдельные ошибки в изложении фактического материала, обнаруживается недостаточное умение делать выводы и обобщения.

- 2 **«неудовлетворительно»** – тема эссе не раскрыта, материал изложен непоследовательно и состоит из путаного пересказа отдельных фактов, без выводов и обобщений, имеются многочисленные (60-100%) заимствования текста из других источников, наличествуют грубые речевые ошибки, либо работа не представлена..

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Примерная тематика рефератов:

1. Медиаконтент как медиасообщение и воздействие.
2. Влияние интерактивности и мультимедийности на структуру медиатекста.
3. Эволюция жанров и форматов в цифровой среде: диффузия и гибридность.
4. Статья и лонгрид: найдите 10 отличий.
5. Приемы выразительности и средства воздействия в подготовке медиаконтента.
6. Сторителлинг в имиджевых проектах.
7. Сторителлинг в рекламе и в журналистике.
8. Профессиональная и гражданская журналистика.
9. Блогосфера как информационный ресурс.
10. Как понять, что тобой манипулируют?
11. Медиаконтент и национальные интересы.
12. Биография журналиста как «case-study».

Требования к структуре и содержанию реферата:

1. Объем реферата должен составлять до 10 страниц компьютерного текста.
2. В реферате должна быть использована рекомендуемая литература, дополненная по желанию.
3. Реферат должен содержать: Введение (с определением темы и ее актуальности), Основную часть (с развитием авторской аргументации и анализом исследуемой проблемы, а также обоснованием выводов, сделанных на основе имеющихся данных, положений теории и практики, фактического материала), с разделением на разделы и подразделы (один подраздел – одна основная мысль), Заключение (обобщения и аргументированные выводы по теме), Библиографический список (сведения обо всех источниках, используемых при написании работы).
4. Содержание должно быть изложено логично, ясным языком, быть стилистически однородным, без нарушения норм литературного языка.
5. Оформление реферата должно соответствовать принятым стандартам:
 - ГОСТ [7.32-2001](#) «Отчёт о научно-исследовательской работе. Структура и правила оформления»;
 - ГОСТ [2.105-95](#) «Общие требования к текстовым документам».

Критерии оценки реферата

Критерии	Показатели
Формулировка темы и основной проблемы	Тема и основная проблема сформулированы четко, актуальность проблемы обоснована.
Умение отбирать и анализировать материал	- умение формулировать предмет речи и авторскую задачу; - умение отбирать материал; - умение сравнивать материал; - умение квалифицировать языковые явления; - умение обобщать, делать выводы; - умение выстраивать убедительные логичные доказательства
Умение грамотно в языковом и речевом отношении оформлять высказывание	- владение нормами русского литературного языка, - умение ясно, логично формулировать мысль, использовать разнообразные номинативные средства для выражения своих идей, структурировать высказывание

Шкала оценивания реферата (в баллах):

Оценка за реферат выставляется по четырехбалльной системе:

- **«отлично»** – выполнены все требования к написанию: обозначена проблема и обоснована её актуальность, сделан краткий анализ различных точек зрения на рассматриваемую проблему и логично изложена собственная позиция, сформулированы выводы, тема раскрыта полностью, выдержан объём, соблюдены требования к оформлению;
- **«хорошо»** – основные требования к реферату и его защите выполнены, но при этом допущены недочёты; в частности, имеются неточности в изложении материала; отсутствует логическая последовательность в суждениях; не выдержан объём реферата; имеются упущения в оформлении.
- **«удовлетворительно»** – имеются существенные отступления от требований: тема освещена лишь частично; допущены фактические ошибки в содержании реферата.
- **«неудовлетворительно»** – реферат выпускником не представлен; тема реферата не раскрыта, обнаруживается существенное непонимание проблемы.

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Учебным планом данный вид работы не предусмотрен.

7.1.5. Требования к подготовке проекта

Требования к структуре и содержанию проекта

Проектное задание является ведущей формой контроля.

Техническое задание:

1. Создать личный блог, содержащий все виды медиаконтента: текстовый с визуализацией, подкаст, видеоконтент, рекламный контент с использованием средств визуализации и инфографики.

2. Блог должен иметь все формальные признаки этого вида медиаконтента: авторством, серийностью, тематической доминантой, периодичностью публикации постов.

3. Созданию блога должен предшествовать бизнес-проект, учитывающий все возможности публикации контента и развития проекта с учетом данных медиаметрии для социальных сетей.

4. Контент для публикаций создается в ходе выполнения практико-ориентированных заданий, предусмотренных учебным планом дисциплины.

5. Завершением работы над проектом можно считать успешное выполнение всех текущих творческих практико-ориентированных заданий, т.е. создание всех предусмотренных техническим заданием видов медиаконтента для публикации в сети.

На этапе подготовки и выполнения проектного задания осуществляются:

1) диагностика ситуации (проблематизация, целеполагание, конкретизация цели, форматирование проекта);

2) проектирование (уточнение цели, функций, задач и плана работы; теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач; пошаговое выполнение запланированных проектных действий; систематизация и обобщение полученных результатов, конструирование предполагаемого результата, пошаговое выполнение проектных действий);

3) рефлексия (выяснение соответствия полученного результата замыслу; определение качества полученного продукта; перспективы его развития и использования).

Критерии оценивания проекта

Этапы	Критерии	Показатели
<i>Подготовка:</i> 1. Определение цели и возможных путей ее достижения. 2. Теоретическое моделирование методов и средств решения задач; детальная проработка этапов решения конкретных задач.	Соответствие проекта контексту проектирования	Проект соответствует (полностью/частично) / не соответствует контексту проектирования
	Степень освоения процедур проектирования	Процедуры проектирования освоены в полном объеме / частично / не освоены
<i>Выполнение проектного задания</i> по разработанной модели и обсуждение достигнутых результатов	З1 - Полнота, системность и обобщенность знаний относительно конкретного сегмента журналистской деятельности	Результат демонстрирует знание ролевой структуры моделируемого сегмента, способов межличностного взаимодействия, содержания и методов осуществления деятельности в каждой из ролей.

	З2 - Оперативность применения полученных знаний	Полученные знания оперативно применяются в вариативных ситуациях
	У - Выбор и использование средств решения проблемы, адекватных целям	Выбор и использование изученных способов деятельности осуществляются самостоятельно и творчески
	В – Владение технологиями и техниками, используемыми в моделируемом сегменте профессиональной деятельности	Соответствие профессиональным требованиям к деятельности в рамках избранного сегмента и адекватное ее осуществление

Шкала оценивания проекта (в баллах):

– 10 баллов получают обучающиеся, продемонстрировавшие уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, без ошибок и погрешностей, выбор и использование изученных способов деятельности и методов решения проблемы осуществляются самостоятельно и творчески.

– 7 баллов получают обучающиеся, продемонстрировавшие уровень знаний в достаточном объеме, способы решения поставленных задач выбрали и осуществили самостоятельно.

– 5 баллов получают обучающиеся, продемонстрировавшие минимально допустимый уровень знаний, с негрубыми ошибками, способы решения задач выбирали с помощью преподавателя.

– 0 баллов получают обучающиеся, имеющие уровень знаний и навыков ниже требуемых, или отказавшиеся от участия в проекте.

7.2. Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине обеспечивает оценку степени полноты и качества освоения компетенций в соответствии с планируемыми результатами обучения по дисциплине.

7.2.1. Шкала оценивания уровня знаний

В Институте используется балльно-рейтинговая система оценивания уровня знаний обучающихся (далее – БРС). При БРС оценивание уровня знаний обучающихся осуществляется по 100-балльной и 5-балльной шкалах.

Перевод 100-балльной системы оценивания уровня знаний обучающихся в 5-балльную систему оценивания проводится по следующим соответствиям:

0 - 50 баллов = «неудовлетворительно», «не зачтено»

51 - 70 баллов = «удовлетворительно», «зачтено»

71 - 85 баллов = «хорошо», «зачтено»

86 -100 баллов = «отлично», «зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются обучающиеся, набравшие не менее 51 балла в ходе проведения текущего контроля успеваемости. В случае наличия учебной задолженности обучающийся отрабатывает пропущенные занятия в форме, предложенной преподавателем и представленной в настоящей рабочей программе дисциплины в разделе самостоятельная работа.

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета.

Результаты обучения оцениваются: «зачтено» / «не зачтено».

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации обучающихся приведены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Вербальные и невербальные компоненты медиаконтента.

2. Компоненты медиаконтента: функции и особенности использования.
3. Инфографика: функции и особенности использования.
4. Визуализация: функции и особенности использования.
5. Фоторепортаж: функции и особенности использования.
6. Видео: функции и особенности использования.
7. Интерактивные формы взаимодействия с аудиторией.
8. Аудио: функции и особенности использования.
9. Гармонизация различных компонентов контента.
10. Выбор средств воздействия в медиаконтенте в зависимости от статуса и роли коммуникантов.
11. Значение биологических и социальных факторов при выборе средств воздействия в медиаконтенте.
12. Культурные концепты и средства воздействия в медиаконтенте.
13. Прецедентные феномены и средства воздействия в медиаконтенте.
14. Национальные стереотипы и средства воздействия в медиаконтенте.
15. Типы языковой культуры в медиаконтенте.
16. Использование средств разных коммуникативных уровней для создания комического эффекта в медиаконтенте.
17. Языковая игра в медиаконтенте.
18. Прямые тактики речевого воздействия в медиаконтенте.
19. Непрямые тактики речевого воздействия в медиаконтенте.
20. Защита получателя информации от манипуляции в медиаконтенте.
21. Анатомия мультимедийного медиаконтента.
22. Технологии создания мультимедийного контента.
23. Прямые и косвенные тактики воздействия в мультимедийном контенте.
24. Этические проблемы современного медиаконтента.
25. Медиаконтент и информационная безопасность.
26. Как меняются новости и технологии их подачи в конвергентных медиа?
27. Что представляет собой Data-журналистика?
28. Можно ли считать интернет главным каналом распространения медиаконтента?
29. Медиаметрия: цели, способы осуществления, функции.
30. Работа с источниками информации. Освещение официальной информации, заявлений, пресс-релизов. Работа на пресс-конференциях.
31. Рерайтинг и редактирование журналистских текстов.

7.2.3. Примерное задание к зачету:

1. При проведении теста обучающиеся должны выполнить задания трех уровней сложности:
 - первый уровень сложности — задания на выбор правильного ответа из предложенных вариантов;
 - второй уровень сложности — задания на установление соответствия между основными понятиями и характеристиками;
 - третий уровень сложности — проблемные вопросы и задачи.
2. Во время тестирования обучающимся не разрешается:
 - использовать тетради, учебные пособия, справочную литературу, калькуляторы, электронные записные книжки, электронные переводчики, мобильные телефоны и др. электронные средства;
 - переписывать, фотографировать или копировать на любые носители информации тестовые вопросы или ответы и пытаться вынести их из аудитории, где проходит тестирование.

Примерные вопросы к тесту:

1. **Что называется медиарынком?**
 - а) система конкурирующих между собой СМИ
 - б) территории, которые могут быть охвачены тем или иным видом медиа, отдельной медиакомпанией или продуктом
 - в) биржа труда, на которой в поисках работы регистрируются журналисты/
2. **Что является основным ресурсом, за который конкурируют поставщики контента?**
 - а) деньги подписчиков
 - б) люди 25-40 лет среди подписчиков
 - в) внимание подписчиков
3. **Что такое «экономика внимания»?**
 - а) стратегия завоевания внимания аудитории
 - б) стратегия экономии средств воздействия на аудиторию
 - в) система поощрения постоянных читателей/зрителей/слушателей
4. **Как расшифровывается аббревиатура СМК?**
 - а) современный медиаконтент
 - б) средства мониторинга контента
 - в) средства массовой коммуникации
5. **Что представляют собой средства массовой коммуникации?**
 - а) технические средства создания, тиражирования, распространения информации и обмена ею между субъектом и объектом коммуникации
 - б) структуры, распространяющие информацию для определенного круга лиц с определенной периодичностью с помощью специальных средств
 - в) речевые средства формирования общественного мнения
6. **Первое определение технологии дал немецкий ученый-энциклопедист Христиан фон Вольф (Christian Wolff): «Технология — это наука о навыках и о продуктах навыков, или, другими словами, это наука о вещах, созданных человеческим трудом, главным образом с использованием рук». В каком веке?**
 - а) в XVIII
 - б) в XIX
 - в) в XX
7. **Слова «технология» и «техника» объединяет греческий корень τέχνη. Что он значит в языке-источнике?**
 - а) инструменты, созданные человеческим трудом
 - б) искусство, мастерство, навык
 - в) устройства с особой структурой
8. **Что в массмедиа называется «краудсорсингом»?**
 - а) сбор средств на проект
 - б) работа с открытыми данными
 - в) использование творческих способностей аудитории
9. **Что включается в понятие «медиаметрии»?**
 - а) продолжительность контента разных форматов и жанров
 - б) измерение численных и качественных характеристик медиаканала и аудитории СМИ

- в) мониторинг подачи той или иной новости в разных каналах массмедиа
10. **К какому типу медиаконтента относится наполнение портала «Открытые данные России»?**
- а) институциональному
 - б) журналистскому
 - в) пользовательскому
11. **Кто по сути является владельцем контента в интернете?**
- а) автор
 - б) домен
 - в) хостинг
12. **Что значит термин мультимедиа?**
- а) это технология позволяющая объединить в компьютерной системе звук, текст, видео и изображения;
 - б) это программа для обработки текста;
 - г) это программа компиляции кода
13. **Важной особенностью мультимедиа технологий является:**
- а) интерактивность
 - б) многозначность
 - в) оптимизация
14. **На каких «трех китах» стоит медиаконтент?**
- а) новизна, быстрота, оригинальность
 - б) точность, полнота, законность
 - в) релевантность, сторителлинг, проблемность
15. **Манипулирование общественным мнением проявляется как дисфункция:**
- а) функции пропаганды
 - б) рекламной функции
 - в) функции формирования и выражения общественного мнения
16. **В чем особенность селективного слушания?**
- а) с установкой на полное понимание слушается все сообщение;
 - б) воспринимаются фрагменты сообщения, фиксирующие зоны интереса
 - в) слушатель сканирует эфир, выбирая, на чем остановиться
17. **С чего начинается подготовка к созданию любого контента?**
- а) с проверки исправности технических средств
 - б) с поиска экспертов
 - в) с осознания темы и цели создаваемого материала
18. **Видеоязык – это...**
- а) голос диктора за кадром
 - б) то, что мы видим на экране
 - в) текст видеосюжета
19. **Как переводится слово «подкаст»?**
- а) подписное вещание
 - б) радио под рукой

- в) звук по выбору
20. **Что такое RSS?**
- а) маркировка сайтов
 - б) формат доставки информационных обновлений
 - в) программа форматирования контента
21. **Что такое SMM?**
- а) мульти смс-рассылка
 - б) менеджерская служба СМИ
 - в) маркетинг в социальных сетях
22. **Что такое SEO?**
- а) оптимизация контента под поисковые системы
 - б) алгоритм фактчекинга
 - в) социально-экономические параметры проекта
23. **Каков основной показатель успеха интернет-публикации?**
- а) количество лайков
 - б) количество просмотров
 - в) количество дочитываний
24. **Какую функцию выполняет реклама?**
- а) информационную
 - б) социального управления
 - в) культурно-просветительскую
25. **Сколько есть времени у рекламодателя, чтобы привлечь внимание к ролику?**
- а) 10 секунд
 - б) 5 секунд
 - в) 3 секунды
26. **Чего не может искусственный интеллект?**
- а) проверять информацию
 - б) модерировать комментарии
 - в) высказывать личные оценки
27. **Что называется конвергенцией в журналистике?**
- а) интеграция информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс
 - б) распространение контента по разным медиаканалам
 - в) сближение характеристик разных видов контента
28. **С чем работает дата-журналист?**
- а) с датами
 - б) с большими данными
 - в) с текущими событиями
29. **Что представляет собой инфографика?**
- а) графический способ подачи информации
 - б) построение графиков, отражающих медиатренды

в) любая визуализация контента

30. Уникальный контент – это...

- а) оригинальная, неповторимая информация
- б) контент, созданный одним автором
- в) контент, имеющий только один просмотр

Критерии оценки теста

Критерий	Показатели
Знание основных понятий курса, умение их применять в различных профессионально значимых ситуациях	- знание терминологии, основных понятий курса; - знание исторического контекста; - умение находить соответствия
Умение правильно оценивать профессионально значимые ситуации и грамотно в них ориентироваться	- умение правильно квалифицировать языковые явления; - умение логически мыслить

Шкала оценивания теста (в баллах):

- 5 баллов («отлично») выставляется обучающемуся, если получено 90-100% правильных ответов;
- 4 балла («хорошо») выставляется обучающемуся, если получено 70-90% правильных ответов;
- 3-2 балла («удовлетворительно») выставляется обучающемуся, если получено 50-70% правильных ответов;
- 1-0 балл («неудовлетворительно») выставляется обучающемуся, если получено до 50% правильных ответов.

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине			
	«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
	«не зачтено»		«зачтено»	
	0 - 50 баллов	51 - 70 баллов	71 - 85 баллов	86 -100 баллов
Сформированность знаний (знать)	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа.	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько незначительных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.

Сформированность умений (уметь)	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
Сформированность навыков (владеть)	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Продemonстрирован минимальный набор навыков. Решены стандартные задачи с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки. Решены стандартные задачи, но некоторые с недочетами.	Продemonстрировано всестороннее владение навыками. Задачи, в том числе нестандартные, решены без ошибок и недочетов.

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Для реализации рабочей программы дисциплины имеются помещения для проведения занятий лекционного и семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещения для самостоятельной работы. Помещения представляют собой учебные аудитории для проведения учебных занятий, оснащенные оборудованием и техническими средствами обучения, служащими для представления информации большой аудитории.

Помещение для проведения занятий лекционного типа поточная аудитория на 100 посадочных мест укомплектовано: специализированной мебелью посадочные места, столы, доска, компьютер, интерактивная доска,

Помещение для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

Помещение для самостоятельной работы оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа к электронной информационно-образовательной среде Института.

Институт обеспечен следующим необходимым комплектом лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

1. Microsoft Windows 10,
2. Microsoft Office 2016 стандартная,
3. Big Blue Button.

Филологический факультет
КАФЕДРА Русской филологии и межкультурной коммуникации
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ
«Создание мультимедийного контента: форматы, структура, жанры»

Курс - **1**, семестр - **1**

Уровень образования **магистратура**

Направление **42.04.05.Медиакоммуникации**

Направленность (профиль) **Медиакоммуникации в профессиональной сфере**

Трудоемкость дисциплины (з.е.) **3**

Форма промежуточной аттестации **зачет**

Смежные дисциплины по учебному плану:						
«Основы журналистики», «Практикум по журналистике», «Теория коммуникации» (по программе бакалавриата)						
ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ						
(проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Проверка знаний по теме «Медиатекст в системе современных СМИ»	Устный опрос	0	5			
Итого:			5			
БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ						
(проверка знаний и умений по дисциплине)						
Тема или задание текущей аттестационной работы	Аудиторная работа			Самостоятельная работа		
	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов	Виды текущей аттестации	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
1. Медиаконтент сегодня: типы, виды, коммуникационные особенности и медиатренды.	Устный опрос Обсуждение Реферат Практико-ориентированное задание	0	5		0	5

2. Типология современного медиаконтента	Обсуждение Эссе Практико-ориентированное задание	0	5		0	5
3. Современная интернет-журналистика и блогинг.	Обсуждение Проектное задание Практико-ориентированное задание	0	5		0	5
4. Современные радиопроекты и подкастинг.	Обсуждение Практико-ориентированное задание	0	5		0	5
5. Современные телепроекты, влогинг и другие формы визуального медиаконтента	Обсуждение Практико-ориентированное задание	0	5		0	5
6. Медиакартина мира и управление контентом СМИ в условиях конвергентности	Обсуждение Практико-ориентированное задание	0	5		0	5
По всем темам	Итоговое проектное задание	0	10			
Академическая активность	Выступление на дебатах	0	5			
Посещаемость		0	5			
Промежуточная аттестация	Зачет	0	15			
Итого:			95			

Необходимый минимум для допуска к промежуточной аттестации — 51 балл.