

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

Инфографика в медийном пространстве

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): Пресс-служба в системе медиакоммуникаций

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Москва

Разработчик:

Л.В. Селезнева, доктор филологических наук, профессор кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины «Инфографика в медийном пространстве» является формирование у магистрантов компетенций в области анализа процессов кодирования и интерпретации продвигающих текстов, методов передачи информации, а также исследования коммуникативных сообщений через призму актуализируемых категорий, ценностей и потребностей аудитории. Медианалитика занимается изучением медиапространства, включая компании, бренды, продукты, государственные учреждения, некоммерческие организации и отдельных лиц. Основные задачи данной дисциплины включают разработку, оценку и корректировку стратегий продвижения и коммуникационной политики, а также анализ потенциальных имиджевых рисков.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, программа «Пресс-служба в системе медиакоммуникаций», дисциплина «Инфографика в медийном пространстве» относится к обязательной части освоения ОПОП и входит в модуль «Правовые и управленческие аспекты деятельности пресс-служб» (Б1.О.05.03).

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	<i>основные виды проектов интерактивной инфографики, их составляющие компоненты; мировые образцы в сфере интерактивной инфографики как эталонные ориентиры для собственных решений; технические особенности программного обеспечения, позволяющие достижение необходимого результата в дизайн-проекте.</i>	<i>визуализировать информацию с помощью средств и инструментов графического дизайна; применять уместные приемы стилизации и обобщения формы для частных задач проекта; достигать единства графического языка в процессе подготовки продукта интерактивной инфографики; ориентироваться в актуальных тенденциях в</i>	<i>навыками разработки интерактивной инфографики для разных сфер применения.</i>

	альтернативны х вариантов		<i>сфере графического дизайна..</i>	
	УК-2.2. Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла	<i>сущность понятия инфографики, виды инфографики, этапы развития и основные тенденции развития инфографики, роль и задачи инфографики в современной визуальной культуре, место инфографики в проектировании информационных ресурсов, принципы проектирования инфографики.</i>	<i>определять задачи и средства разработки инфографики, использовать инструментальные средства дизайна для проектирования инфографики, выбирать тип инфографики в соответствии с поставленными задачами</i>	<i>навыками проектирования инфографики с помощью инструментальны х средств графического дизайна и специализированны х приложений</i>
ПК-2 Способен готовить материалы на актуальную тему для различных информационных ресурсов, готовить тексты для публичных выступлений, выступать публично на различных мероприятиях	ПК-2.1. Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, собирает и анализирует информацию для подготовки материала, владеет навыками фактчекинга	<i>основные источники оперативной и аналитической информации (официальные базы данных, СМИ, соцсети, экспертные площадки, архивы) и принципы их ранжирования по степени надёжности; критерии оценки информационного повода (актуальность, значимость, новизна, конфликтность, персонализация) и алгоритмы приоритизации инфоповодов; методологию сбора и структурирования информации (контент-анализ, мониторинг, работа с открытыми данными); базовые принципы фактчекинга и верификации данных (проверка первоисточников, поиск подтверждающих/опровергающих материалов, работа с метаданными изображений и видео); правовые и этические нормы работы с информацией (авторское право, персональные данные, стандарты добросовестного цитирования).</i>	<i>выявлять и оценивать перспективные информационные поводы в соответствии с тематикой и задачами конкретного медиа/проекта; формулировать поисковые запросы для разных типов источников (поисковые системы, базы данных, соцсети) и применять фильтры для повышения релевантности результатов; собирать и систематизировать разнородные данные (тексты, цифры, визуал) в единый массив, выделять ключевые факты и отбрасывать избыточную/недостовверную информацию; проводить первичную верификацию сведений: сопоставлять данные из нескольких независимых источников, проверять даты, имена, цифры, географические привязки</i>	<i>практическими навыками работы с поисковыми системами и специализированными базами данных (включая операторы поиска и расширенные фильтры); инструментами фактчекинга (сервисы проверки изображений, анализа доменных имён, фактчекинговые платформы, инструменты обратного поиска) и алгоритмами их применения; методиками экспресс-анализа и визуализации данных (таблицы, схемы, таймлайны) для наглядного представления собранной информации</i>
	ПК-2.2. Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных	<i>основы копирайтинга (AIDA, 4U, ODC и другие формулы продающих и коммуникационных текстов) и специфику языка PR (нейтрально-позитивный тон, отсутствие канцелярита, работа с ключевыми посланиями бренда); принципы рерайтинга: методы трансформации</i>	<i>адаптировать один и тот же информационный повод под разные форматы и аудитории (например, из пресс-релиза сделать пост для Telegram и карточку для VK); применять техники рерайтинга для переработки чужих и</i>	<i>приёмами эффективного рерайтинга и перефразирования, инструментами проверки уникальности и читаемости текста; базовыми инструментами для создания</i>

	информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	текста (перефразирование, изменение структуры, смена ракурса) без потери смысла и ключевых фактов; базовые правила вёрстки и визуального сторителлинга: как текст работает в связке с изображением, принципы композиции, цветовая палитра, типографика для цифровых и печатных материалов; основы создания инфографики: этапы работы (сбор данных → анализ → визуализация), типы инфографики (статистическая, хронологическая, сравнительная), требования к достоверности данных;	собственных текстов: повышать уникальность, улучшать читаемость, менять стиль под задачу, не искажая фактов; формулировать цепляющие заголовки и лиды, соответствующие жанру и каналу распространения, используя проверенные маркетинговые формулы; интегрировать в текст мультимедийные элементы: описывать ТЗ для дизайнера (для инфографики, баннера), подбирать релевантные фото/видео, вставлять гиперссылки и интерактивные элементы; структурировать информацию для инфографики: выделять ключевые цифры и факты, выстраивать логическую последовательность, составлять чёткое техническое задание для дизайнера;	визуального контента и инфографики (Canva, Figma, Visme, сервисы генерации изображений) либо умением грамотно ставить ТЗ специалистам; методами интеграции мультимедиа в контент (вставка изображений, видео, интерактивных элементов) и пониманием технических требований платформ; навыками работы с сервисами проверки орфографии, пунктуации и стилистики (в т. ч. нейросетями для улучшения текста) для финальной шлифовки материалов; техникой составления чётких и детализированных ТЗ для дизайнеров и других специалистов, участвующих в подготовке мультимедийного материала; инструментами дистрибуции и публикации контента (CMS сайта, редакторы постов в соцсетях, сервисы email-рассылок) и пониманием специфики каждой площадки.
--	---	--	---	---

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	очная форма обучения
	3 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2
Количество часов по учебному плану (час.)	72
Контактная работа (всего)	32
в том числе в форме практической подготовки	
В том числе:	
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	54
Курсовая работа (для ОПОП бакалавриата)	
Форма промежуточной аттестации _____зачет_____	2
(зачет, зачет с оценкой, экзамен)	

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	Код ИДК
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы				
	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма
1. Интерактивная инфографика: генезис, сущностные характеристики, место в общей типологии инфографики.	16	2	2		12		УО, ПДР	УК-2.1; УК-2.2; ПК-2.1; ПК-2.2
2. Использование интерактивной инфографики в современных СМИ.	20	4	4		14		УО, ПДР, КР	УК-2.1; УК-2.2; ПК-2.1; ПК-2.2
3. Разновидности мультимедийного контента в разработке интерактивной нарративной инфографики Статические и динамические формы представления информации	20	4	4		14		УО, ПДР,	УК-2.1; УК-2.2; ПК-2.1; ПК-2.2
4. Разработка информационной архитектуры. Интерактивный дизайн. Разработка дизайн-макета, создание высокодетализированного интерактивного прототипа. Анимация интерфейса. Тестирование.	26	6	6		14		УО, ПДР, К, Т	УК-2.1; УК-2.2; ПК-2.1; ПК-2.2
Форма промежуточной аттестации – _____ экзамен _____ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)		16	16		54	2		
Итого	82							

Примечание:

Условные обозначения форм контроля:

УО-устный опрос, Т-тестирование, ПДР – письменная домашняя работа, КР – контрольная работа, – К кейс

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Инфографика в медийном пространстве» применяются следующие образовательные технологии:

- интерактивное обучение
- информационно-коммуникационные технологии
- кейс-технологии

Самостоятельная работа охватывает проработку обучающимися отдельных вопросов теоретического курса, выполнение домашних работ, включающих:

- информационно-коммуникационные технологии
- проектные технологии
- кейс-технологии
- сквозные цифровые технологии
- индивидуальное обучение
- работу с учебной и научной литературой

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:

Лаврентьев А. Н. Цифровые технологии в дизайне. История, теория, практика: учебник и практикум для вузов. М.: Юрайт, 2019// biblio-online.ru

Литвина Т. В. Дизайн новых медиа: учебник для вузов. М.: Юрайт, 2019 // biblio-online.ru

6.1.2. Дополнительная литература

Дополнительная литература:

Гущин А.Н. Методы управления проектами: инфографика : учебное пособие из университетской библиотеки "online". М.: Директ-Медиа, 2014 biblioclub.ru

Усанова А. Л. История, теория и методология дизайн-проектирования: учеб.- метод. пособие Изд-во АлтГУ, 2018// elibrary.asu.ru

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		
1.Клуб специалистов PR	www.pr-club.com	Свободный
2. Портал исследований СМИ и методик журналистского образования:	http://www.mediascope.ru/	Свободный
3. Разработчик автоматической системы мониторинга и анализа СМИ и соцмедиа в режиме реального времени.	https://www.mlg.ru/	Свободный
4.Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)	https://www.wciom.ru/	Свободный
Электронно-библиотечные системы		

1.Библиотека Гумер	http://www.gumer.info/	Свободный
2. Уроки журналистики для начинающих: электронная библиотека	http://www.journ-lessons.com/litra.html/	Свободный
3. ЭБС «ИНФРА–М»	http://znanium.com	Свободный
Профессиональные базы данных		
1.Google Analytics	https://developers.google.com/analytics/?hl=ru	Свободный
2.Яндекс. Метрика	https://metrika.yandex.com/promo/product	Свободный

6.5. Содержание самостоятельной работы

1. Интерактивная инфографика: генезис, сущностные характеристики, место в общей типологии инфографики

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Дайте определение интерактивной инфографики. В чём её ключевое отличие от статической и анимированной инфографики? Приведите по одному краткому примеру каждого типа.
2. Перечислите 3–5 ключевых технологических предпосылок, которые сделали возможным появление и массовое распространение интерактивной инфографики (например, развитие веб-технологий, доступность определённых языков программирования и т. д.).
3. Назовите 2–3 исторических этапа в развитии визуализации данных, которые стали «предтечами» интерактивной инфографики (от картографии и диаграмм XIX века до первых цифровых визуализаций 1980–90-х гг.). Кратко поясните, какой вклад внёс каждый этап.
4. Сформулируйте 5–7 сущностных характеристик (свойств) интерактивной инфографики, которые отличают её как самостоятельный жанр. Укажите, какие из них являются обязательными, а какие — факультативными (добавляющими ценность).
5. Классифицируйте интерактивную инфографику по типу взаимодействия пользователя с контентом. Приведите по 1 примеру для каждого выделенного типа (например: hover-эффекты, фильтрация данных, масштабирование карты, построение собственного графика пользователем).
6. В какой типологии инфографики (по форме, по способу подачи, по цели) занимает место интерактивная инфографика? Опишите её «координаты» в одной из общепринятых классификаций (например, по целям: информационная, сравнительная, процессуальная, географическая и т. д.), указав, какие подтипы внутри этих категорий чаще всего реализуются в интерактивном формате.
7. Назовите 3–5 основных целей, для которых создаётся интерактивная инфографика в медиа, бизнесе и образовании. Для каждой цели укажите, какая сущностная характеристика интерактивной инфографики делает её оптимальным инструментом.

Задания для самостоятельной работы:

1. Составьте краткий чек-лист из 7–10 пунктов для оценки качества интерактивной инфографики (критерии могут касаться UX, достоверности данных, дизайна, доступности и т. п.). Приведите 1–2 примера, как нарушение каждого из этих критериев может испортить пользовательский опыт.
2. Опишите 2 сценария, когда интерактивная инфографика будет избыточна или даже вредна для передачи информации (например, для аудитории с низкой цифровой грамотностью, для очень простых данных, для печати). Предложите альтернативные форматы визуализации для этих сценариев

2. Использование интерактивной инфографики в современных СМИ.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Перечислите 3–5 ключевых преимуществ интерактивной инфографики перед статическими иллюстрациями в контексте работы современных СМИ. Приведите по одному конкретному примеру из российских или зарубежных медиа, где интерактив существенно улучшил восприятие материала.
2. Назовите основные технологические инструменты и платформы, которые используют журналисты и редакторы для создания интерактивной инфографики (от простых конструкторов до продвинутых решений). Кратко охарактеризуйте сферу применения каждого.
3. Какие типы журналистских материалов (жанры) наиболее выигрышно сочетаются с интерактивной инфографикой? Приведите по 2 примера для новостных, аналитических и исследовательских публикаций.
4. Что такое «сторителлинг с помощью данных» (data storytelling) и какую роль в нём играет интерактивная инфографика? Объясните на примере одного известного лонгрида.
5. Перечислите основные требования к достоверности и этике при создании интерактивной инфографики в СМИ (работа с источниками, маркировка рекламы, указание авторства и т. д.).
6. В чём заключаются главные UX-принципы (удобства для пользователя) при разработке интерактивной инфографики для медиа? Назовите 5 ключевых правил, которые нельзя нарушать.
7. Как интерактивная инфографика помогает СМИ решать задачи по вовлечению аудитории и увеличению времени пребывания на сайте? Приведите 2–3 механизма взаимодействия, которые работают на это лучше всего.

Задания для самостоятельной работы:

1. Реверс-инжиниринг. Возьмите один из лучших примеров интерактивной инфографики из СМИ (например, проект «Snow Fall» от NYT или любой современный лонгрид от российских медиа) и разберите его «по косточкам». Составьте схему: какие технологии использованы, как выстроен нарратив, какие приёмы удерживают внимание, как поданы сложные данные. Представьте результат в виде ментальной карты (mind map).
2. Создание прототипа. Используя бесплатный конструктор (Canva, Visme, Figma), создайте черновой макет (wireframe) интерактивной инфографики на тему «Динамика цен на жильё в вашем регионе за год». Обязательно включите: интерактивную карту с отметками, график изменения цен, фильтр по типам жилья (квартиры, дома) и всплывающие подсказки с деталями. Оформите это в виде двух-трёх слайдов презентации.

3. Разновидности мультимедийного контента в разработке интерактивной нарративной инфографики Статические и динамические формы представления информации

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Дайте чёткие определения статической и динамической форм представления информации в инфографике. Приведите по 2 примера использования каждой формы в современных медиа.
2. Перечислите 5 ключевых технических различий между статической инфографикой и её динамическими аналогами (с точки зрения форматов файлов, способов отображения, требований к устройствам и т. д.).
3. Какие мультимедийные элементы (помимо текста и базовых изображений) можно интегрировать в интерактивную нарративную инфографику? Классифицируйте их по типу восприятия (визуальные, аудиальные, комбинированные) и приведите по 1 примеру применения каждого для усиления нарратива.
4. Объясните, что подразумевается под «нарративной структурой» в контексте интерактивной инфографики. Какие классические схемы сторителлинга (например, «Путь героя», «Freitag's Pyramid») могут быть адаптированы для визуализации данных? Приведите краткий пример.
5. В чём заключаются основные преимущества и недостатки использования видеофрагментов внутри интерактивной инфографики по сравнению с анимированными SVG или CSS-анимациями? Укажите по 3 пункта для каждого.
6. Что такое «параллакс-эффект» и «скролл-джэкинг» в веб-дизайне? Как эти техники используются для создания динамического нарратива? Приведите пример из известных медиапроектов.
7. Назовите 3–5 программных инструментов для создания статической инфографики и столько же — для динамической/интерактивной. Кратко сопоставьте их возможности и целевую аудиторию (новички, дизайнеры, разработчики).

Задания для самостоятельной работы:

1. Деконструкция нарратива. Выберите известный интерактивный проект с сильной визуальной историей (например, из архивов NYT, BBC или российских медиа). Создайте схему его структуры: отметьте, где начинается экспозиция, завязка, кульминация и развязка истории; какие мультимедийные элементы соответствуют каждому этапу; где пользователь получает возможность влиять на повествование. Представьте результат в виде блок-схемы или ментальной карты.
2. Статика vs динамика. Возьмите одну и ту же тему (например, «Статистика вакцинации в регионе») и создайте два варианта визуализации: а) статическую инфографику (1 слайд) с ключевыми цифрами и диаграммами; б) раскадровку для динамической версии (5–7 «кадров»), где данные раскрываются постепенно через анимацию и интерактивные фильтры. Сравните, какой вариант лучше передаёт динамику процесса.
3. Мини-проект: «Ожившая схема». Используя бесплатный инструмент (Canva, Figma с плагинами, Visme), создайте простую интерактивную схему, где статическое изображение (например, карта города) «оживает» при наведении курсора: появляются метки с информацией, краткие анимации маршрутов. Экспортируйте результат в виде GIF или скриншотов с описанием интерактивных зон.

4. Разработка информационной архитектуры. Интерактивный дизайн. Разработка дизайн-макета, создание высокодетализированного интерактивного прототипа. Анимация интерфейса. Тестирование.

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Что входит в понятие «информационная архитектура» применительно к цифровым продуктам? Перечислите 4–5 ключевых компонентов и поясните их роль на примере мобильного приложения для заказа еды.
2. В чём принципиальная разница между вайрфреймом (wireframe), моком (mockup) и прототипом (prototype)? Приведите по одному примеру задачи, для которой оптимально использовать каждый из этих артефактов.
3. Назовите 3–5 основных принципов интерактивного дизайна, которые напрямую влияют на юзабилити. Для каждого принципа приведите пример из интерфейса популярного приложения (например, Telegram, Wildberries, Яндекс Карты), где он реализован хорошо, и пример, где нарушен.
4. Какие типы анимации интерфейса существуют и для каких задач они применяются? Классифицируйте анимации по их функциональному назначению (навигация, обратная связь, визуализация состояния и т. д.) и приведите по 1 примеру для каждого типа.
5. Перечислите основные этапы процесса тестирования интерактивного прототипа. Чем отличается юзабилити-тестирование от А/В-тестирования? В каких случаях целесообразно применять каждый из методов?
6. Что такое «пользовательские сценарии» (user flows) и «карты путей пользователя» (user journey maps)? Как они используются при разработке информационной архитектуры? Приведите упрощённый пример user flow для сценария «оформление заказа» в интернет-магазине.
7. Какие ключевые метрики (KPI) можно использовать для оценки эффективности информационной архитектуры и интерактивного дизайна после запуска продукта? Назовите 5 метрик и поясните, о чём говорит их изменение.

Задания для самостоятельной работы:

1. Информационная архитектура для сервиса. Выберите простой сервис (например, онлайн-запись к врачу или бронирование столика в ресторане). Составьте карту сайта (site map) и 2–3 ключевых user flows. Представьте их в виде схемы (можно использовать Miro, FigJam или Draw.io).
2. От вайрфрейма к моку. На основе одного из user flows из задания 1 создайте: а) низкодетализированный вайрфрейм основного экрана (в Balsamiq или на бумаге); б) высокодетализированный мок этого же экрана в Figma (с цветами, шрифтами, иконками), соблюдая базовые принципы типографики и композиции.
3. Интерактивный прототип. Превратите ваш мок из задания 2 в интерактивный прототип в Figma: добавьте переходы между экранами, состояния кнопок, простые анимации (например, появление модального окна). Протестируйте логику переходов.

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 и фонде оценочных материалов (Приложения 1-2).

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Доклады по дисциплине не предусмотрены.

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Эссе по дисциплине не предусмотрены.

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Рефераты по дисциплине не предусмотрены.

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Примерное задание для контрольной работы №1

Часть 1. Теоретические вопросы

1. **Дайте определение инфографики и раскройте её ключевые функции в современных медиа.** Укажите 3–4 функции (например, упрощение сложных данных, повышение вовлечённости аудитории) и проиллюстрируйте каждую конкретным примером из российских или зарубежных СМИ.

2. **Перечислите и охарактеризуйте основные виды инфографики по способу подачи информации** (статическая, динамическая, интерактивная). Для каждого вида укажите 1–2 преимущества и 1–2 ограничения в контексте использования в новостных изданиях.
3. **Объясните, почему инфографика стала важным инструментом в эпоху информационного шума.** Приведите 2–3 аргумента, опираясь на особенности восприятия визуальной информации человеком (например, скорость обработки данных, запоминаемость).
4. **Назовите 3–5 ключевых принципов дизайна инфографики, которые обеспечивают её эффективность.** Для каждого принципа (например, иерархия информации, цветовая палитра, типографика) приведите пример удачной и неудачной реализации (можно использовать скриншоты или описания реальных кейсов).
5. **Раскройте понятие «data storytelling» (сторителлинг на основе данных) и его связь с инфографикой.** Опишите, как инфографика может усилить нарратив в журналистском материале, и приведите пример из практики (например, лонгрид с элементами визуализации и данных).

Часть 2. Аналитическое задание

Выберите один материал с интерактивной инфографикой от авторитетного СМИ (например, проект от ТАСС, РБК, «Медузы», NUT, BBC) и проведите его разбор по следующим пунктам:

1. **Цель материала и целевая аудитория:** сформулируйте, какую задачу решает инфографика и для кого она предназначена.
2. **Тип инфографики:** определите, к какому виду она относится (статистическая, хронологическая, сравнительная, процессуальная и т. д.).
3. **Структура и визуальные элементы:** опишите, как организована информация (блоки, разделы, цветовая схема, шрифты). Укажите, какие визуальные приёмы использованы для выделения ключевых данных.
4. **Элементы интерактивности (если есть):** перечислите, какие механизмы взаимодействия реализованы (клик, скролл, фильтры, слайдеры) и насколько они функциональны.
5. **Оценка достоверности и источников:** проанализируйте, указаны ли первоисточники данных, есть ли ссылки на исследования или официальные отчёты.
6. **Сильные и слабые стороны:** выделите 2–3 преимущества и 2–3 недостатка инфографики с точки зрения дизайна, UX и достоверности.
7. **Рекомендации по улучшению:** предложите 2–3 конкретных изменения, которые повысят эффективность инфографики (например, упростить навигацию, добавить пояснения к сложным терминам).

Представьте анализ в виде связного текста объёмом 250–400 слов или в форме таблицы с краткими комментариями.

Часть 3. Практическое задание

Создайте концепцию инфографики на тему «Динамика цен на недвижимость в [ваш регион] за последний год».

1. **Определите цель и аудиторию:** для кого предназначена инфографика (например, потенциальные покупатели, инвесторы, аналитики) и какую ключевую информацию нужно донести.

2. **Соберите данные:** используйте открытые источники (сайты объявлений, отчёты агентств недвижимости, статистику Росстата) для формирования набора данных (цены, районы, типы жилья).
3. **Разработайте структуру:** составьте схему инфографики — какие блоки будут включены (например, общая динамика, сравнение районов, доля типов жилья).
4. **Выберите тип визуализации:** определите, какие графики и диаграммы лучше всего подойдут для каждого блока (линейный график для динамики, круговая диаграмма для долей, карта для географии цен).
5. **Пропишите элементы дизайна:** укажите цветовую палитру (2–3 основных цвета), шрифты, иконки. Обоснуйте выбор с точки зрения восприятия (например, контрастные цвета для выделения трендов).
6. **Добавьте интерактивные элементы (для интерактивной версии):** опишите 2–3 механизма взаимодействия (например, фильтр по типу жилья, всплывающие подсказки с деталями при наведении, слайдер для выбора периода).
7. **Оформите концепцию в виде краткого ТЗ (технического задания) для дизайнера объёмом 150–250 слов.** Включите в него: цель, аудиторию, данные, структуру, тип визуализации, дизайн и интерактивность.

Если есть возможность, создайте черновой макет инфографики в любом удобном инструменте (Canva, Figma, PowerPoint) и приложите скриншот.

Требования к структуре и содержанию контрольной работы:

1. В контрольной работе должно быть продемонстрировано владение теоретико-методологическим аппаратом в области медиааналитики.
2. Композиция и содержание контрольной работы должны быть продуманными, логически правильно выстроенными и структурированными.
3. В работе необходимо представить качественную визуализацию результатов проведенного исследования.
4. Текст контрольной работы не должен содержать орфографических, пунктуационных, грамматических, лексических ошибок.

Критерии оценки контрольной работы № 1.

Критерии	Показатели	Максимальный балл
Композиция	Работа отличается стройностью композиции, структурированностью, логических ошибок нет.	3
Визуализация	В работе представлена качественная визуализация результатов исследования.	10

Уровень знаний в области раскрываемого вопроса	Работа демонстрирует высокий уровень знаний в области медиааналитики, в том числе в части освещаемого вопроса.	5
Грамотность	В работе отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, речевые ошибки.	2
		Итого: 20 баллов

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Примерные вопросы для тестирования

№ п / п	Содержание задания;	УК- 2.1.	У К - 2. 2.	ПК - 2.1.	П К - 2. 2.
	Тема 1. Интерактивная инфографика: генезис, сущностные характеристики, место в общей типологии инфографики				
1	Что считается одной из ключевых исторических предпосылок появления интерактивной инфографики? а) Изобретение печатного станка Гутенбергом б) Картографический анализ Джона Сноу (карта холеры в Лондоне, 1854 г.) и ранние методы пространственного наложения данных в) Появление первых комиксов в XX веке г) Создание первых статических диаграмм в учебниках XIX века. Правильный ответ: б)	+	+	+	+

2	Какая технологическая инновация в начале 2000-х годов дала мощный толчок развитию интерактивной инфографики в онлайн-СМИ? а) Появление технологии Flash и развитие JavaScript, позволившие создавать кликабельные и анимированные элементы б) Изобретение цветного принтера в) Создание первой цифровой камеры г) Появление социальных сетей. Правильный ответ: а)	+	+	+	+
3	Укажите ключевую сущностную характеристику, отличающую интерактивную инфографику от статической и анимированной. а) Наличие ярких цветов б) Возможность пользователя влиять на отображение и фильтрацию данных (например, выбирать период на графике, включать/выключать слои на карте) в) Обязательное наличие звукового сопровождения г) Большой размер файла Правильный ответ: б)	+	+	+	+
4	В типологии инфографики по способу взаимодействия с пользователем, куда относится интерактивный дашборд (панель управления с графиками)? а) Пассивная визуализация б) Активная визуализация (пользователь сам управляет отображением данных) в) Декоративная визуализация г) Линейный сторителлинг Правильный ответ: б)	+	+	+	+
5	Какой тип инфографики лучше всего подходит для демонстрации сложных процессов, где пользователю важно самому контролировать скорость и глубину погружения (например, принцип работы двигателя или цикл производства)? а) Статическая схема в виде плаката б) Короткое анимированное видео (GIF) в) Интерактивная схема с возможностью «разбирать» слои и запускать симуляции по клику г) Текстовый документ с иллюстрациями Правильный ответ: в)	+	+	+	+

6	Какое место занимает интерактивная инфографика в типологии по целям коммуникации? а) Исключительно рекламная и продающая б) Только развлекательная в) Может быть информационной, аналитической, образовательной, а также использоваться для сторителлинга и вовлечения (универсальный инструмент) г) Используется только в узкоспециализированных научных исследованиях Правильный ответ: в)	+	+	+	+
	Тема 2. Анализ коммуникационных процессов: параметры исследования публикаций				
1	Какой параметр анализа публикаций отражает частоту появления ключевых тем в медиаполе за определённый период? а) Тональность (sentiment) б) Медиаиндекс в) Частотность упоминаний (coverage) г) Глубина вовлечённости Правильный ответ: в)	+	+	+	+
2	Что в медиаанализе понимается под «тональностью» публикации? а) Количество слов в тексте б) Эмоциональная окраска сообщения (позитивная, негативная, нейтральная) в) Число гиперссылок в материале г) Дата и время публикации Правильный ответ: б)	+	+	+	+
3	Какой показатель позволяет оценить «вес» публикации в зависимости от авторитетности источника, охвата аудитории и заметности материала? а) Коэффициент кликабельности (CTR) б) Медиаиндекс (или медиавес) в) Индекс цитируемости автора г) Коэффициент конверсии Правильный ответ: б)	+	+	+	+
4	Какой метод анализа позволяет выявить устойчивые смысловые блоки и ключевые концепты в массиве публикаций? а) Контент-анализ с кодированием категорий	+	+	+	+

	б) Анализ сетевого трафика в) Измерение времени загрузки страницы г) Анализ IP-адресов пользователей Правильный ответ: а)				
5	Что является ключевым параметром при анализе вовлечённости аудитории в социальных медиа? а) Цвет фона публикации б) Количество лайков, комментариев, репостов и других реакций в) Длина URL-адреса г) Шрифт, использованный в посте Правильный ответ: б)	+	+	+	+
6	Какой аспект анализа публикаций помогает понять, какие источники информации чаще всего цитируются в материалах на определённую тему? а) Анализ структуры заголовков б) Анализ цитирования и источников в) Подсчёт количества изображений г) Измерение средней длины предложения Правильный ответ: б)	+	+	+	+
	Тема. Разновидности мультимедийного контента в разработке интерактивной нарративной инфографики Статические и динамические формы представления информации				
1	Какой из перечисленных форматов относится к статической форме представления информации? а) Интерактивная карта с фильтрами б) Анимированная диаграмма, показывающая динамику роста в) PNG-изображение с инфографикой, размещённое на вебстранице г) Видеоролик с визуализацией данных Правильный ответ: в)	+	+	+	+
2	Что является ключевым преимуществом динамической инфографики перед статической при объяснении сложных процессов (например, работы двигателя или распространения вируса)? а) Меньший размер файла б) Возможность показать изменение данных во времени и поэтапно раскрыть процесс в) Более простая подготовка и меньшие затраты на разработку г) Лучшая совместимость с печатными изданиями Правильный ответ: б)	+	+		

3	Какой мультимедийный элемент в интерактивной нарративной инфографике служит для усиления эмоционального воздействия и создания атмосферы, но при этом не должен отвлекать от ключевых данных? а) Фоновая музыка или звуковые эффекты б) Всплывающие подсказки с определениями терминов в) Фильтры данных по категориям г) Слайдер для изменения временного периода Правильный ответ: а)	+	+		
4	Какой тип динамического контента лучше всего подходит для демонстрации пошаговой инструкции (например, «Как собрать мебель» или «Алгоритм оказания первой помощи»)? а) Непрерывная видеоанимация без возможности паузы б) Слайдшоу с последовательными статическими кадрами и кнопками «Вперёд/Назад» в) GIFанимация с цикличным повторением всех шагов г) Интерактивная 3Dмодель без пояснений Правильный ответ: б)	+	+		
5	В чём заключается основная сложность интеграции видеофрагментов в интерактивную нарративную инфографику? а) Видео нельзя стилизовать под общий дизайн инфографики б) Большой размер файлов, возможные задержки при загрузке, необходимость адаптировать видео под разные экраны и сценарии взаимодействия в) Видео не может содержать субтитры г) Видео невозможно синхронизировать с текстовыми блоками Правильный ответ: б)	+	+		
6	Какой элемент относится к микроинтеракциям в интерфейсе интерактивной инфографики и служит для мгновенной обратной связи с пользователем? а) Длинный видеоролик, запускающийся при наведении б) Изменение цвета кнопки или появление тени при наведении курсора (hover-эффект) в) Полная перезагрузка страницы при клике г) Автоматическая смена слайдов каждые 5 секунд Правильный ответ: б)	+	+		
Тема «Разработка информационной архитектуры. Интерактивный дизайн. Разработка дизайн-макета, создание Высокодетализированного интерактивного прототипа. Анимация интерфейса. Тестирование»					

1	Что является основной задачей информационной архитектуры при проектировании цифрового продукта? а) Подбор цветовой палитры и шрифтов б) Организация структуры контента и навигации для удобства пользователя в) Написание кода для интерактивных элементов г) Создание высокодетализированных иллюстраций Правильный ответ: б)	+	+		
2	Какой артефакт представляет собой низкодетализированный схематичный набросок интерфейса, отображающий расположение основных элементов без проработки визуального стиля? а) Мокап (mockup) б) Вайрфрейм (wireframe) в) Прототип (prototype) г) Дизайн-система Правильный ответ: б)	+	+		
3	Какая функция анимации интерфейса относится к категории «обратная связь» (feedback)? а) Плавный переход между экранами при навигации б) Эффект «тряски» поля ввода при неверном пароле в) Анимация загрузки (спинер) во время ожидания ответа сервера г) Параллакс-эффект при скролле страницы Правильный ответ: б)	+	+		
4	Какой тип тестирования направлен на проверку удобства использования интерфейса реальными пользователями? а) Юзабилити-тестирование б) А/В-тестирование в) Тестирование производительности г) Тестирование безопасности Правильный ответ: а)	+	+		+
5	Что означает термин «user flow» (пользовательский сценарий) в контексте проектирования интерфейсов? а) Скорость загрузки страниц в приложении б) Последовательность шагов, которые пользователь проходит для достижения цели (например, оформления заказа) в) Набор анимаций, сопровождающих взаимодействие с интерфейсом г) Схему расположения элементов на конкретном экране Правильный ответ: б)	+	+		+

6	Какой инструмент чаще всего используется для создания высокодетализированных интерактивных прототипов, которые имитируют реальное поведение приложения? а) Microsoft Paint б) Adobe Photoshop в) Figma г) Блокнот (Notepad) Правильный ответ: в) Ключ к заданию: дискурс-анализ	+	+		+
---	---	---	---	--	---

Критерии (количество баллов)	Показатели (уровень знаний)
20-30	Высокий
10-19	Средний
Менее 18	Низкий

Шкала оценивания теста (в баллах):

За каждый правильный ответ студент получает 1 балл.

Максимальное количество баллов за тест – 30, минимальное – 0.

7.1.6. Требования к подготовке проекта

Подготовка проекта не предусмотрена в рамках освоения дисциплины.

7.1.7. Требования к подготовке курсовой работы

Курсовые работы по дисциплине не предусмотрены.

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. Оценивание результатов освоения образовательной программы в части дисциплин (модулей), практик

Результаты освоения дисциплины оцениваются по шкале зачтено, не зачтено (зачет).

Текущий контроль, промежуточная аттестация осуществляются в соответствии с локальным нормативным актом Института.

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. Инфографика: определение и ключевые признаки, отличающие её от других видов визуального контента.
2. Вклад Уильяма Плейфера в развитие визуализации данных.
3. Венский метод (Isotype) Отто Нейрата и его значение для современной инфографики.
4. Ключевые исторические этапы в эволюции инфографики: от картографии XIX века до цифровой эпохи.
5. Картодиаграмма и потоковый график: понятие и примеры использования.
6. Классификация инфографики по различным основаниям (цель, способ подачи, форма, аудитория).
7. Основные функции инфографики в медиа и соответствующие типы инфографики.
8. Статическая, динамическая и интерактивная инфографика: сравнительная характеристика.
9. Data storytelling (сторителлинг на основе данных) и роль инфографики в журналистских материалах.
10. Процессуальная, сравнительная, статистическая и хронологическая инфографика: сферы применения и эффективные визуальные приёмы.
11. Ключевые принципы дизайна инфографики (иерархия, контраст, выравнивание, баланс, единство).
12. Основные типы диаграмм и графиков и их оптимальное применение.
13. Правила работы с цветом в инфографике: палитра, контраст, цветовые схемы.
14. Типичные ошибки в типографике инфографики и способы их устранения.
15. Визуальная иерархия в инфографике и приёмы её создания.
16. Программные инструменты для создания статической и интерактивной инфографики.
17. Технические форматы для разных типов инфографики (PNG, SVG, GIF, MP4, WebM): преимущества и ограничения.
18. Интерактивная карта в СМИ: механизмы взаимодействия и полезность для аудитории.
19. Мультимедийные элементы в интерактивной инфографике.
20. Микроинтеракции в интерфейсе инфографики и их функциональное назначение.

7.2.3. Примерное задание к зачету (экзамену):

Не предусмотрено.

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

Код и наименование компетенции. Код ИДК	Планируемые результаты обучения по дисциплине	Критерии оценивания результатов обучения			
		«неудовлетворительно»	«удовлетворительно»	«хорошо»	«отлично»
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	Знать основные виды проектов интерактивной инфографики, их составляющие компоненты; мировые образцы в сфере интерактивной инфографики как эталонные ориентиры для собственных решений; технические особенности программного обеспечения, позволяющие достижение необходимого результата в дизайн-проекте.	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
	Уметь визуализировать информацию с помощью средств и инструментов графического дизайна; применять уместные приемы стилизации и обобщения формы для частных задач проекта; достигать единства графического языка в процессе подготовки продукта интерактивной инфографики; ориентироваться в актуальных тенденциях в сфере графического дизайна..	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность 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.
	Владеть навыками разработки интерактивной инфографики для разных сфер применения.	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и

		место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.			недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
УК-2.2. Управляет проектом на всех этапах жизненного цикла	Знать основные источники оперативной и аналитической информации (официальные базы данных, СМИ, соцсети, экспертные площадки, архивы) и принципы их ранжирования по степени надёжности; критерии оценки информационного повода (актуальность, значимость, новизна, конфликтность, персонализация) и алгоритмы приоритизации инфоповодов; методологию сбора и структурирования информации (контент-анализ, мониторинг, работа с открытыми данными); базовые принципы фактчекинга и верификации данных (проверка первоисточников, поиск подтверждающих/опровергающих материалов, работа с метаданными изображений и видео); правовые и этические нормы работы с информацией (авторское право, персональные данные, стандарты добросовестного цитирования).	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность 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 несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.
	Уметь выявлять и оценивать перспективные информационные поводы в соответствии с тематикой и задачами конкретного медиа/проекта; формулировать поисковые запросы для разных типов источников (поисковые системы, базы данных, соцсети) и применять фильтры для повышения релевантности результатов; собирать и систематизировать разнородные данные (тексты, цифры, визуал) в единый массив, выделять ключевые факты и отбрасывать избыточную/недостоверную информацию; проводить первичную верификацию	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от	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.

	сведений: сопоставлять данные из нескольких независимых источников, проверять даты, имена, цифры, географические привязки. Владеть навыками проектирования инфографики с помощью инструментальных средств графического дизайна и специализированных приложений.	ответа. При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.			
ПК-2.1. Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, собирает и анализирует информацию для подготовки материала, владеет навыками фактчекинга	Знать основные источники оперативной и аналитической информации (официальные базы данных, СМИ, соцсети, экспертные площадки, архивы) и принципы их ранжирования по степени надёжности; критерии оценки информационного повода (актуальность, значимость, новизна, конфликтность, персонализация) и алгоритмы приоритизации инфоповодов; методологию сбора и структурирования информации (контент-анализ, мониторинг, работа с открытыми данными); базовые принципы фактчекинга и верификации данных (проверка первоисточников, поиск подтверждающих/опровергающих материалов, работа с метаданными изображений и видео); правовые и этические нормы работы с информацией (авторское право, персональные данные, стандарты добросовестного цитирования). Уметь выявлять и оценивать перспективные информационные поводы в соответствии с тематикой и задачами конкретного медиа/проекта; формулировать поисковые запросы для разных типов источников (поисковые	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки. Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продemonстрирован без ошибок и погрешностей. Продemonстрированы все основные умения, Решены все основные задачи.

	системы, базы данных, соцсети) и применять фильтры для повышения релевантности результатов; собирать и систематизировать разнородные данные (тексты, цифры, визуал) в единый массив, выделять ключевые факты и отбрасывать избыточную/недостоверную информацию; проводить первичную верификацию сведений: сопоставлять данные из нескольких независимых источников, проверять даты, имена, цифры, географические привязки	основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа.	Выполнены все задания, но не в полном объеме.	Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами.	Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов.
	Владеть практическими навыками работы с поисковыми системами и специализированными базами данных (включая операторы поиска и расширенные фильтры); инструментами фактчекинга (сервисы проверки изображений, анализа доменных имён, фактчекинговые платформы, инструменты обратного поиска) и алгоритмами их применения; методиками экспресс-анализа и визуализации данных (таблицы, схемы, таймлайны) для наглядного представления собранной информации.	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продемонстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продемонстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.
ПК-2.2. Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных	Знать основы копирайтинга (AIDA, 4U, ODC и другие формулы продающих и коммуникационных текстов) и специфику языка PR (нейтрально-позитивный тон, отсутствие канцелярита, работа с ключевыми посланиями бренда); принципы рерайтинга: методы трансформации текста (перефразирование, изменение структуры, смена ракурса) без потери смысла и ключевых фактов; базовые правила вёрстки и визуального сторителлинга: как текст работает в связке с изображением, принципы композиции, цветовая палитра, типографика для цифровых и печатных материалов; основы создания инфографики: этапы работы (сбор данных → анализ → визуализация), типы инфографики (статистическая, хронологическая,	Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа	Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибки.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок.	Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей.

элементов и инфографики	сравнительная), требования к достоверности данных;				
	Уметь адаптировать один и тот же информационный повод под разные форматы и аудитории (например, из пресс-релиза сделать пост для Telegram и карточку для VK); применять техники рерайтинга для переработки чужих и собственных текстов: повышать уникальность, улучшать читаемость, менять стиль под задачу, не искажая фактов; формулировать цепляющие заголовки и лиды, соответствующие жанру и каналу распространения, используя проверенные маркетинговые формулы; интегрировать в текст мультимедийные элементы: описывать ТЗ для дизайнера (для инфографики, баннера), подбирать релевантные фото/видео, вставлять гиперссылки и интерактивные элементы; структурировать информацию для инфографики: выделять ключевые цифры и факты, выстраивать логическую последовательность, составлять четкое техническое задание для дизайнера.	Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможность 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.
	Владеть приемами эффективного рерайтинга и перефразирования, инструментами проверки уникальности и читаемости текста; базовыми инструментами для создания визуального контента и инфографики (Canva, Figma, Visme, сервисы генерации изображений) либо умением грамотно ставить ТЗ специалистам; методами интеграции мультимедиа в контент (вставка изображений, видео, интерактивных элементов) и пониманием технических требований платформ; навыками работы с сервисами проверки орфографии, пунктуации и стилистики (в т. ч. нейросетями для улучшения текста) для финальной шлифовки материалов; техникой составления четких и детализированных ТЗ для дизайнеров и других специалистов, участвующих в подготовке мультимедийного материала;	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	Имеется минимальный набор навыков для решения стандартных задач с некоторыми недочетами.	Продemonстрированы базовые навыки при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	Продemonстрировано всестороннее владение навыкам без ошибок и недочетов, в том числе при решении нестандартных задач.

	инструментами дистрибуции и публикации контента (CMS сайта, редакторы постов в соцсетях, сервисы email-рассылок) и пониманием специфики каждой площадки;				
--	--	--	--	--	--

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 укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

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.