

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

«Цифровые инструменты формирования бренда»

Направление подготовки: 42.04.05 Медиакоммуникации

Направленность (профиль): Пресс-служба в системе медиакоммуникаций

Квалификация выпускника: магистр

Форма обучения: очная

Москва

Разработчик:

В.А. Гапутина, кандидат филологических наук, доцент кафедры русской словесности и межкультурной коммуникации ФГБОУ ВО «Государственный институт русского языка им. А.С. Пушкина»

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины **«Цифровые инструменты формирования бренда»** является формирование у магистрантов системных знаний и практических компетенций в области стратегического проектирования, реализации и цифрового управления брендом, кросс-культурного брендинга и глокализации, включая уверенное владение современными программными платформами, аналитическими сервисами, цифровыми инструментами, необходимыми для разработки эффективных бренд-стратегий, оптимизации цифровых коммуникаций, автоматизации процессов бренд-менеджмента и принятия обоснованных управленческих решений в условиях культурного разнообразия и глобальной цифровой конкуренции..

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, дисциплина **«Цифровые инструменты формирования бренда»** относится к обязательной части образовательной программы (Б1.О.07.02), модуль Модуль "PR в деятельности организации".

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-3 Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	УК-3.2 Участвует в реализации проектов, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать основы командной работы, комплекс стратегий решения конфликтов и достижения консенсуса.	Уметь формулировать совместные цели и задачи, а также разрабатывать план действий для их достижения.	Владеть навыками фасилитации; методикой поддержания мотивации и вовлеченности членов команды. Инструментами проектного управления: Умение использовать программные средства для координации задач и мониторинга хода работы команды

УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5.1. Анализирует принадлежность к культурным традициям представителей различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия	Знать специфику взаимодействия в интернациональном коллективе ученых, проводящих филологические исследования	Уметь формулировать задачу исследования и распределять роли и ответственных за решение поставленных задач	Владеть инструментами, необходимыми для решения поставленных задач
	УК-5.2. Соблюдает требования уважительного отношения к культурным традициям различных национальных и социальных групп в процессе межкультурного взаимодействия	Знать историческое наследие и культурные традиции различных национальных и социальных групп	Уметь взаимодействовать с представителями других культур	Владеть навыками межкультурного взаимодействия с уважительным отношением к историческому наследию и культурным традициям различных национальных и социальных групп
	ПК-2.2 Владеет навыками копирайтинга и рерайтинга; создает материалы разных видов и жанров для различных информационных ресурсов, в том числе с использованием мультимедийных элементов и инфографики	Знать принципы и техники эффективного написания текстов для различных целевых аудиторий и медиаплатформ; различия между копирайтингом и рерайтингом; основы работы с мультимедиа.	Уметь создавать оригинальные продвигающие тексты; осуществлять рерайт и оптимизировать тексты для SEO, интегрировать мультимедийные элементы.	Владеть навыками корректуры и редактирования своих и чужих текстов для улучшения их качества и соответствия требованиям; навыками работы с графическими редакторами.
ОПК-3 Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания	ОПК-3.2 Демонстрирует разноплановую эрудицию в сфере отечественной и мировой культуры в создаваемых	Знать современные тенденции и направления в культуре и искусстве. Теории культурологии, эстетики, семиотики, герменевтики применительно к созданию медиапродукта.	Использовать идеи и образы культурного наследия в создании собственных творческих решений. Выявлять особенности восприятия аудитории различных стран и культур. Формулировать концепцию и сюжет	Владеть профессиональными инструментами редактирования и обработки изображений, звука, текста и видео; практическими методами коммуникации и продвижения медиапродуктов в

медиатекстов (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	медиапроектах и (или) медиапродуктах		будущего медиапродукта, учитывая культурно-исторический контекст.	цифровом пространстве.
ПК-3. Способен дать оценку качеству медиатекста или медиапродукта с точки зрения языковых, речевых и текстовых норм, осуществить редактирование, направленное на повышение качества медиатекста / медиапродукта	ПК-3.1. Владеет приемами редакторского анализа медиатекста / медиапродукта в разных аспектах, выбирает пути и способы редактирования материалов с учетом канала, жанра, мультимедийных элементов	Приемы редакторского анализа медиатекста/медиапродукта в разных аспектах, способы редактирования материалов с учетом канала, жанра, мультимедийных элементов	Анализировать медиатексты/медиапродукты в разных аспектах, выбирать пути и способы редактирования материалов с учетом канала, жанра, мультимедийных элементов	Приемами редакторского анализа медиатекста/медиапродукта, выбирать способы редактирования материалов с учетом канала, жанра, мультимедийных элементов

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

Вид учебной работы	<u>очная</u> форма обучения
	1 семестр
Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.)	2
Количество часов по учебному плану (час.)	108
Контактная работа (всего)	32
в том числе в форме практической подготовки	
В том числе:	
Лекции	16
Практические занятия	16
Лабораторные работы	
Самостоятельная работа (всего)	74
Курсовая работа (для ОПОП бакалавриата)	
Форма промежуточной аттестации _____ <u>зачет</u> _____ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	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	Код ИДК
		Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы				
	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма	Очная форма
1. Цифровая экосистема бренда в глобальном культурном контексте	18	2	2		14		УО, ПДР	УК-3.2, УК-5.1, ПК-3.1.
2. Кросс-культурные исследования и аналитика бренда	28	4	4		20		УО, ПДР	ПК-3.1, ОПК-3.2
3. Создание и распространение цифрового контента бренда	28	4	4		20		УО, ПДР, КР	УК-5.1, УК-5.2
4. Управление глобальным брендом: стратегия, репутация, оценка эффективности	32	6	6		20		УО, ПДР, Т	УК-3.2, УК-5.1, ОПК-3.2, ПК-3.1.
Форма промежуточной аттестации – _____зачет_____ (зачет, зачет с оценкой, экзамен)	2	16	16		74	2		
Итого	108							

Примечание:

Условные обозначения форм контроля:

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

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Цифровые инструменты создания бренда» применяются следующие образовательные технологии:

- интерактивное обучение
- информационно-коммуникационные технологии
- технология геймификации (включение игровых элементов)
- 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:

1. Продвижение брендов в цифровой среде : учебное пособие / А. В. Козлов, Л. В. Мрочко, А. А. Жук, Г. В. Спиридонова. — Москва : Проспект, 2023. — 120 с.
2. Создаём мультимедийные спецпроекты : Силамедиа — лаборатория мультимедийного опыта / Оксана Силантьева. Издательские решения, 2022. 176 с.

Дополнительная литература:

1. Алашкин, П. А. Всё о рекламе и продвижении в Интернете / П. А. Алашкин ; под редакцией П. Суворовой. Москва : Альпина Паблишер, 2019. 220 с.
2. Антонова, Н. В. Восприятие брендов и стратегии потребительского поведения / Н. В. Антонова, О. И. Патоша. 2-е изд. Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. 209 с.
3. Пильгун М.А. Формирование контента в современном коммуникационном пространстве. Монография. М., 2012. 212 с.
4. Федотова, В. С. Средства создания цифровых образовательных ресурсов / В. С. Федотова. Санкт-Петербург: Ленинградский государственный университет имени А.С. Пушкина, 2023. 128 с.
5. Чичулин А. Создание цифрового контента. Мастерство цифрового контента: полное руководство по созданию привлекательного и эффективного онлайн-контента. Екатеринбург, Ridero. 2023. 140 с.

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. Мультимедийная журналистика и сторителлинг	http://sila.media/multimedia/	Свободный
2. Портал исследований СМИ и методик журналистского образования:	http://www.mediascope.ru/	Свободный
3. Сделано.медиа	https://sdelano.media	Свободный
4. Всероссийский центр изучения общественного мнения (ВЦИОМ)	https://www.wciom.ru/	Свободный
5. Все о рекламе, маркетинге и PR	http://www.advertology.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		

6.5. Содержание самостоятельной работы

1. Цифровая экосистема бренда в глобальном культурном контексте

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Эволюция бренда: от локального к глобальному цифровому присутствию
2. Культурные измерения и их влияние на цифровое восприятие бренда
3. Цифровые платформы как пространство межкультурного диалога: особенности поведения аудитории в разных регионах

Задания для самостоятельной работы:

1. Выберите международный бренд и проанализировать его цифровое присутствие в 2–3 регионах через призму культурных измерений Г.Хофстеде.
2. Составьте матрицу потенциальных коммуникативных рисков при запуске бренда в выбранном регионе.
3. Сравните, как один и тот же бренд адаптирует контент под разные платформы с учётом культурных предпочтений аудитории.

2. Кросс-культурные исследования и аналитика бренда

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Методы цифровых кросс-культурных исследований: социальный листенинг, этнографический анализ онлайн-сообществ, A/B-тестирование в мультикультурной среде
2. • Сегментация аудитории по культурно-поведенческим признакам (ценности, коммуникационные стили, цифровые привычки)
3. • Этика сбора данных и соблюдение локальных норм (GDPR, культурная чувствительность)

Задания для самостоятельной работы:

1. Сформулируйте 3–5 гипотез о восприятии бренда в двух культурах и предложите план A/B-теста с учётом культурных переменных.
2. С помощью системы Brand Analytics проанализируйте упоминания бренда в двух языковых сегментах, выявите культурно-обусловленные темы и эмоции.

3. Создание и распространение цифрового контента бренда

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Принципы кросс-культурного копирайтинга и транскреации (не перевод, а адаптация смысла)
2. • Визуальная коммуникация: культурные коннотации цвета, композиции, жестов, символов
3. • Локализация пользовательского опыта (UX): навигация, форматы дат, платежные системы, мобильные предпочтения
4. • Инклюзивный дизайн и репрезентация культурного разнообразия в контенте

Задания для самостоятельной работы:

1. Адаптируйте прототип лендинга (в Figma/Tilda) для целевой аудитории в двух регионах (обратите внимание на язык, визуал, UX-паттерны, культурные триггеры).
2. Разработайте чек-лист/гайдлайн для копирайтеров и дизайнеров по культурной адаптации контента для выбранного региона.

4. Управление глобальным брендом: стратегия, репутация, оценка эффективности

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Глокализация бренд-стратегии: баланс между единой идентичностью и локальной релевантностью
2. • Управление репутацией в мультиязычной цифровой среде: работа с кризисами, кросс-культурный PR, influencer-маркетинг
3. • Метрики эффективности: как оценивать успех бренда в разных культурных контекстах (NPS, вовлечённость, лояльность)
4. • Будущее цифрового брендинга: метавселенные, AI-персонализация, этические вызовы в глобальном масштабе

Задания для самостоятельной работы:

1. Контрольная работа №1. Разработайте дорожную карту запуска/ребрендинга для выхода на новый культурный рынок: этапы, адаптация, метрики, риски.
2. Контрольная работа №2. Смоделируйте кросс-культурный репутационный кризис (например, неудачная кампания) и разработайте протокол коммуникации для разных стейкхолдеров.

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 (Приложение 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

Разработайте дорожную карту запуска/ребрендинга для выхода на новый культурный рынок: этапы, адаптация, метрики, риски.

Примерное задание для контрольной работы №2

Смоделируйте кросс-культурный репутационный кризис (например, неудачная кампания) и разработайте протокол коммуникации для разных стейкхолдеров.

Требования к структуре и содержанию контрольной работы:

1. В контрольной работе должно быть продемонстрировано владение теоретико-методологическим аппаратом в области цифрового брендинга.
2. Композиция и содержание контрольной работы должны быть продуманными, логически правильно выстроенными и структурированными.
3. В работе необходимо представить обзор научных источников, освещающих современное состояние проблемы.
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.	2
Полнота обзора	В работе представлен обзор достаточного количества научных источников, необходимых для представления современного состояния проблемы.	3
Уровень знаний в области раскрываемого вопроса	Работа демонстрирует высокий уровень знаний в области цифрового брендинга, в том числе в части освещаемого вопроса.	4
Грамотность	В работе отсутствуют орфографические, пунктуационные, грамматические, речевые ошибки.	1
		Итого: 10 баллов

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Примерные вопросы для тестирования

№ п/п	Содержание задания	УК- 3.2.	УК- 5.1	УК- 5.2	ОПК- 3.2	ПК- 3.1
Раздел 1. Цифровая экосистема бренда в глобальном культурном контексте						
1	Какое культурное измерение по Хофстеде описывает степень, в которой члены общества принимают неравное распределение власти? А) Индивидуализм/коллективизм Б) Дистанция власти С) Избегание неопределённости Д) Мужественность/женственность Ключ к заданию: В					+
2	Что такое «глокализация» в контексте цифрового брендинга? А) Полный отказ от локальной адаптации Б) Сочетание глобальной стратегии бренда с локальной адаптацией С) Локализация только визуального контента Д) Перевод всех материалов на местные языки Ключ к заданию: В					+
3	Текст, специально разработанный для повышения видимости страницы в поисковых системах, таких как Google и Яндекс, - это_____. Ключ к заданию: SEO-текст					+
4	Какое из следующих явлений связано с использованием знаменитостей для продвижения продукта или бренда? А) Стратегия брендинга Б) Маркетинговый микс	+	+			

	В) Анализ SWOT Г)Эндоспонсорство Ключ к заданию: г					
5	Продвигающий текст отличается от продающего: А) сферами распространения Б) интенцией В) спектром используемых средств Г) целевой аудиторией Ключ к заданию: б					+
6	Процесс скоростного распространения положительных или отрицательных новостей о продукте, услуге или компании среди потребителей – это_____. Ключ к заданию: вирусный маркетинг	+	+			
Раздел 2. Структурно-содержательные, форматно-жанровые и лингвостилистические особенности продвигающих текстов						
7	К основным компонентам пресс-релиза относятся: а) заголовок, лид-абзац, боди б) шапка, лид-абзац, боди, контактная информация в) шапка, заголовок, лид-абзац, боди, контактная информация Ключ к заданию: в					+
8	Жанр PR-текста, представляющий расширенную, фоновую информацию о субъекте PR и служащий цели поддержания публичитного капитала данного субъекта, - это _____.					+

	Ключ к заданию: бэкграундер					
9	К основным жанрам PR-медиа-текстов относятся: а) Имиджевая статья б) Имиджевое интервью в) Кейс-стори г) Байлайнер Ключ к заданию: а,б,в					+
10	Структура, которая использует истории (нарративы) для продвижения брендов, продуктов или идей, - это _____ структура. Ключ к заданию: нарративная					+
11	Расшифруйте аббревиатуру AIDA, обозначающую формулу, применяемую к построению эффективного рекламного текста. Ключ к заданию: Attention (внимание), Interest (интерес), Desire (желание), Action (действие)					+
12	Графическое воплощение индивидуального названия компании, направленное на усиление эмоционального воздействия и максимальное открытие ключевых аспектов позиционирования компании, - это _____. Ключ к заданию: логотип					+
13	Рекламный и PR-тексты отличаются от журналистских тем, что иницируются _____ или _____ (А.Д. Кривоносов).					+

	Ключ к заданию: базисным субъектом PR или рекламодателем					
Раздел 3. Прагматика продвигающего текста						
14	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Ночь. Комната. Смартфон (Билайн).</i> А) анафора Б) супраграфема В) прецедентный текст Г) полисиндетон Ключ к заданию: в					+
15	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Balenciaga подарили пакету с пакетами чувство собственной значимости.</i> А) гипербола Б) оксюморон В) метонимия Г) ирония Ключ к заданию: г					+
16	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Он effortlessly сочетается с любым низом, подчеркивает линию плеч и придаёт осанке королевскую уверенность.</i> А) суперлатив					+

	Б) пейоративная лексика В) иноязычное вкрапление Г) диминутив Ключ к заданию: в					
17	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Дорогие подписечники и подписчицы, кто пишет лютейшие смешные комменты под постами.</i> А) сленгизмы и окказионализмы Б) профессионализмы В) агнонимы Г) топонимы Ключ к заданию: а					+
18	Какое прагмалингвистическое средство использовано в следующем тексте? <i>Дорогие подписечники и подписчицы, кто пишет лютейшие смешные комменты под постами.</i> А) сленгизмы и окказионализмы Б) профессионализмы В) агнонимы Г) топонимы Ключ к заданию: а					+
19	Текст, совмещающий в себе знаки разных семиотических систем, - это _____ текст. Ключ к заданию: поликодовый					+

20	Текст, ориентированный на восприятие разными сенсорными каналами , - это _____ текст. Ключ к заданию: мультимодальный					+
21	Намеренная подмена одной речевой ситуации другой с целью скрыть или замаскировать истинную интенцию автора – это _____. Ключ к заданию: мимикрия					+
22	Использование в одном тексте элементов другого текста, –это _____. Ключ к заданию: интертекстуальность					+
23	Метод определения целевой аудитории 5W принадлежит: А) М. Цукербергу Б) М. Шеррингтону В) Э. Льюису Г) Н. Хоуву Ключ к заданию: Б					+
Раздел 4. Методика создания и редактирования продвигающего текста						
24	Событие, новость или информация, которая привлекает внимание целевой аудитории и средств массовой информации, --это _____. Ключ к заданию: инфоповод			+	+	+
25	Отклик компании на актуальные новости и происшествия, - это _____.			+	+	+

	Ключ к заданию: ньюсджекинг					
26	В зависимости от целей ключевые слова делятся на информационные, транзакционные (коммерческие) и _____. Ключ к заданию: брендовые			+	+	+
27	Креативный процесс выявления и описания потребителю наиболее выигрышных свойств и характеристик предлагаемой услуги или товара – это _____. Ключ к заданию: позиционирование			+	+	+
28	Лаконичное, ясное и простое по своему содержанию и формулировке определение преимуществ приобретения и использования продвигаемого товара или услуги – это_____ Ключ к заданию: УТП (уникальное торговое предложение)			+	+	+
30	Какого вида ререйтинга не существует: А) поверхностный ререйтинг Б) глубокий ререйтинг В) SEO-ререйтинг Г) SMM-ререйтинг Ключ к заданию: Г			+	+	+

Критерии (количество баллов)	Показатели (уровень знаний) и оценка
25-30	Очень высокий, отлично
20-25	Высокий, хорошо
10-19	Средний, удовлетворительно

Менее 18	Низкий, неудовлетворительно
----------	-----------------------------

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. Шкала оценивания уровня знаний

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета (устный опрос).

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. Текст, его основные свойства и категории.
2. Продвижение в системе маркетинговых процессов.
3. Продвигающие коммуникации в аспекте междисциплинарного изучения (маркетинговая лингвистика, медиалингвистика, перлокутивная лингвистика).
4. Понятие продвигающего текста и его характеристики.
5. Продающий и продвигающий текст: подходы к разграничению понятий.
6. Рекламный, журналистский и PR-текст: сходства и различия.
7. Продвигающий текст в интегрированных маркетинговых коммуникациях.
8. Продвигающий текст в научном дискурсе, книгоиздании и детской литературе.
9. Уникальный и оптимизированный текст. Копирайтинг и рерайтинг.

10. Риторический канон и этапы создания продвигающего текста.
11. Модели построения продвигающего текста.
12. Форматы и жанры продвигающих текстов.
13. Имиджевый рекламный ролик как продвигающий текст.
14. Имиджевое интервью как продвигающий текст.
15. Нативная реклама как продвигающий текст.
16. Медиакип как продвигающий текст.
17. Пресс-ревью как продвигающий текст.
18. Бэкграундер как продвигающий текст.
19. Ньюслеттер как продвигающий текст.
20. Продвигающие тексты на телевидении.
21. Продвигающие тексты на радио.
22. Продвигающие тексты в прессе.
23. Продвигающие тексты в социальных медиа.
24. Интралингвистические и экстралингвистические особенности продвигающих текстов.
25. Прагматика продвигающего текста: фактор адресанта и фактор адресата (целевой аудитории).
26. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на графическом и фонетическом уровне.
27. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на словообразовательном и морфологическом уровнях.
28. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на синтаксическом уровне.
29. Прагмалингвистические особенности продвигающего текста на текстовом и дискурсивном уровне.
30. Продвигающий текст как поликодово-мультимодальный феномен.
31. Социально-психологические основы эффективного продвигающего текста.
32. Критерии отбора слов для продвигающего текста. Ключевые элементы SEO-оптимизации.
33. Ловушки внимания («catch words») в продвигающем тексте.
34. Приемы разработки заголовка-айстоппера для продвигающего текста.
35. Тактики вовлечения в продвигающем тексте.
36. Приемы редактирования продвигающих текстов.
37. Инструменты и веб-ресурсы для редактирования текстов.

38. Использование нейросетей для создания и редактирования текстов.
 39. Анализ продвигающего текста в аспекте соблюдения этических норм.
 40. Анализ продвигающего текста в аспекте соблюдения правовых норм.

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			
		«не зачтено»	«зачтено»		
УК-3.1 Определяет и принимает условия, необходимые для успешной реализации проекта	Знать основы проектного управления: этапы жизненного цикла проекта; технику определения критериев успеха проекта.	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 анализировать внешние и внутренние факторы, влияющие на успешность проекта.	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 медиапланирования; методикой идентификации, оценки и управления рисками, связанными с проектом; инструментами проектного управления.	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.
УК-3.2 Участствует в реализации проектов, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	Знать основы командной работы, комплекс стратегий решения конфликтов и достижения консенсуса. формулировать совместные цели и задачи, а также разрабатывать план действий для их достижения.	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 формулировать совместные цели и задачи, а также разрабатывать план действий для их достижения.	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 фасилитации; методикой поддержания мотивации и вовлеченности членов команды. Инструментами проектного управления: Умение использовать программные средства для координации задач и мониторинга хода работы команды	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.
ПК-1.1 Владеет основами действующего законодательства в сфере медиа, оценивает медиа- и информационные продукты с точки зрения правовых и	Знать основные законы и нормативные акты, регулирующие деятельность медиа, права и обязанности журналистов,	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.

этических норм, обеспечивает соблюдение этих норм	медиа создателей и медиапотребителей, кодексы этики журналистики и медиаорганизаций				
	Уметь анализировать содержание медиапродуктов на предмет соответствия правовым требованиям и этическим нормам, выявлять возможные риски или нарушения в контенте, применять законодательные нормы на практике при создании медиапродуктов и решении конфликтных ситуаций.	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 методами правового анализа и оценки рисков, связанных с производством и распространением медиаконтента, практиками и процедурами	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.

	разрешения правовых споров в области медиа.				
ПК-2.1 Осуществляет поиск и оценку информационных поводов, собирает и анализирует информацию для подготовки материала, владеет навыками фактчекинга	Знать инструменты и ресурсы для поиска информации (интернет, базы данных, официальные источники), принципы работы с первоисточниками и вторичной информацией.	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 использовать различные источники для поиска актуальных тем и событий; отбирать и оценивать значимость информационных поводов для подготовки материала; систематизироват ь и анализировать собранную информацию, выделяя ключевые факты и тренды; применять навыки фактчекинга.	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 критического	При решении стандартных задач не продемонстрированы	Имеется минимальный набор навыков для решения	Продemonстрированы базовые навыки	Продemonстрировано всестороннее владение

	мышления; инструментами для анализа и визуализации данных, навыками подготовки качественных достоверных материалов.	базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.	стандартных задач с некоторыми недочетами.	при решении стандартных задач с некоторыми недочетами	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 элементов и инфографики	Знать принципы и техники эффективного написания текстов для различных целевых аудиторий и медиаплатформ; различия между копирайтингом и рерайтингом; основы работы с мультимедиа.	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 создавать оригинальные продвигающие тексты; осуществлять рерайт и оптимизировать тексты для SEO, интегрировать мультимедийные элементы.	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 корректур и редактирования своих и чужих текстов для	При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки.	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

	улучшения их качества и соответствия требованиям; навыками работы с графическими редакторами.	Имели место грубые ошибки. Невозможность оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа.			задач.
ПК-2.3 Владеет навыками корректного использования выразительных средств, спичрайтинга, устных публичных выступлений, подготовки презентаций	Знать разноуровневые элокутивные средства; принципы спичрайтинга: элементы взаимодействия с аудиторией, методы создания мультимедийных презентаций в различных программах.	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 грамотно использовать выразительные средства для создания эффективного продвигающего текста в устной и письменной форме.	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 эффективными навыками интерактивного взаимодействия с аудиторией, базовыми навыками работы	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.

	с мультимедийным оборудованием.				
--	---------------------------------------	--	--	--	--

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.

