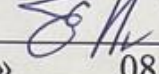


УТВЕРЖДАЮ

Директор Института магистратуры

  
Иванова Е.А.

«29» \_\_\_\_\_ 08 \_\_\_\_\_ 2022г.

**Рабочая программа дисциплины  
Современные медиатехнологии**

Направление 42.04.02 Журналистика  
магистерская программа 42.04.02.02 "Медиалингвистика и новые средства  
коммуникации"

Для набора 2022 года

Квалификация  
магистр


## КАФЕДРА Журналистика

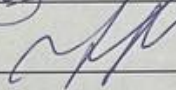
## Распределение часов дисциплины по семестрам


Семестр (<Курс>.<Семестр на курсе>)	2 (1.2)		Итого	
	Неделя			
Неделя	15 2/6			
Вид занятий	уп	рп	уп	рп
Лекции	8	8	8	8
Практические	24	24	24	24
Итого ауд.	32	32	32	32
Контактная работа	32	32	32	32
Сам. работа	76	76	76	76
Часы на контроль	36	36	36	36
Итого	144	144	144	144

## ОСНОВАНИЕ

Учебный план утвержден учёным советом вуза от 22.02.2022 протокол № 7.

Программу составил(и): к.филол.н., доц., Подобед Д. А. 

Зав. кафедрой: д. филол. н., профессор Клемёнова Е. Н. 

Методическим советом направления: д.филол. н., профессор Куликова Э. Г. 

**1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ**

1.1 Цель - сформировать у магистранта представление о современных технологиях медиаиндустрии

**2. ТРЕБОВАНИЯ К РЕЗУЛЬТАТАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ****ОПК-6:Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии****В результате освоения дисциплины обучающийся должен:****Знать:**

основные современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии производства медиаконтента (соотнесено с индикатором ОПК-6.1)

**Уметь:**

анализировать и применять в соответствии с задачей современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии производства медиаконтента (соотнесено с индикатором ОПК-6.2)

**Владеть:**

навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий при производстве различного медиаконтента (соотнесено с индикатором ОПК-6.3)

**3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Компетенции	Литература
	<b>Раздел 1. Современные технологии в классических медиа</b>				
1.1	Современный медиарынок и его особенности 1. Понятие медиарынка. 2. Структура и компоненты современного медиарынка России. 3. Проблемы и перспективы медиарынка России. /Лек/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.9 Л2.10 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.23 Л2.24 Л2.27 Л2.28 Л2.29
1.2	Медиа технологии в прессе Разобрать и проанализировать использование современных медиа технологий в федеральной и региональной прессе России. Выявить успешные кейсы и разобрать применяемые ими технологии с точки зрения внедрения в опыт региональных деловых СМИ /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5Л2.2 Л2.4 Л2.9 Л2.13 Л2.17 Л2.18 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.34
1.3	Медиа технологии в теле- и радиовещании Разобрать и проанализировать использование современных медиа технологий на отечественном федеральном и региональном телевидении, в радиовещании. Выявить успешные кейсы и разобрать применяемые ими технологии с точки зрения внедрения в опыт региональных деловых теле-, радиопрограмм, каналов /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.4Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.10 Л2.15 Л2.20 Л2.22 Л2.23 Л2.24 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.34
1.4	Медиа технологии в онлайн-СМИ Разобрать и проанализировать использование современных медиа технологий в отечественных федеральных и региональных онлайн-СМИ. Выявить успешные кейсы и разобрать применяемые ими технологии с точки зрения внедрения в опыт региональных деловых онлайн-СМИ /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.4 Л1.5 Л1.6Л2.1 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.10 Л2.15 Л2.19 Л2.20 Л2.24 Л2.28 Л2.29 Л2.32
1.5	Новые медиаформаты 1. Особенности журналистики XXI века. 2. Трансформация жанров и форматов журналистики в XXI веке. /Лек/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.4 Л2.13 Л2.14 Л2.16 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.25 Л2.27 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.34

1.6	Журналистика длинных форм Рассмотреть особенности длинных форм. Разобраться, чем отличаются лонгриды от мультимедийных статей. Изучить технологию создания лонгрида /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.5Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.11 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.17 Л2.19 Л2.20 Л2.26 Л2.29 Л2.30 Л2.34
1.7	Спецпроекты деловых медиа Рассмотреть особенности спецпроектов в медиа. Выявить и разобрать успешные кейсы реализации спецпроектов в общественно-политических и деловых СМИ. Изучить технологию разработки спецпроекта. Разработать концепцию спецпроекта для делового и/или общественно-политического регионального СМИ (с использованием программных средств Microsoft Office) /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.5Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.11 Л2.15 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.22 Л2.23 Л2.26 Л2.30 Л2.34
1.8	Новые технологии коммуникации с аудиторией СМИ Проанализировать современные тенденции коммуникации СМИ с аудиторией. Разобрать актуальные технологии коммуникации и практику их применения. Разработать опросник для оценки эффективности работы медиаресурса аудиторией (с использованием программных средств Microsoft Office) /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.5Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.14 Л2.15 Л2.17 Л2.19 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.34
1.9	Тема «Тенденции развития современного медиарынка» Тема «Медиатренды 2020-х годов» Тема «Кейсы мировых медиакомпаний» Тема «Крупнейшие медиакомпании России и мира» Тема «Цифровые технологии в печати» Тема «Цифровые технологии на радио» Тема «Цифровые технологии на телевидении» Тема «Новые технологии онлайн-медиа» Тема «Современные медиаформаты: тенденции и перспективы» Тема «"Длинные форматы" в зарубежных СМИ (успешные кейсы)» Тема «"Длинные форматы" в отечественных СМИ (успешные кейсы)» Тема «Спецпроект в деловых СМИ: зарубежный опыт» Тема «Спецпроекты в отечественных деловых СМИ: успешные кейсы» Тема «Разработка спецпроекта для делового медиа» Тема «Постпродакшн спецпроекта: этапы, механизмы, платформы» Тема «Коммуникация с аудиторией: новые и старые форматы» Тема «Проблемы коммуникации с аудиторией медиа и способы их разрешения» Тема «Успешные кейсы коммуникации с аудиторией СМИ»  (С использованием программных средств Microsoft Office) /Ср/	2	38	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.16 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.29 Л2.30 Л2.32
<b>Раздел 2. Технологии новых медиа</b>					
2.1	Новые медиа и их особенности 1. Понятие новых медиа в контексте современной медиасистемы. 2. Особенности работы новых медиа. /Лек/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.3 Л1.5 Л1.7Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.14 Л2.16 Л2.17 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32

2.2	Аудиовизуальный контент и технологии его производства Разобрать и проанализировать работу федеральных и региональных общественно-политических и деловых СМИ с аудиовизуальным контентом. Составить подборку успешных кейсов, опыт которых можно интегрировать в медиaprактику региональных СМИ /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.7 Л2.11 Л2.14 Л2.18 Л2.19 Л2.23 Л2.29 Л2.32 Л2.33 Л2.34
2.3	Технологии новых медиа Разобрать и проанализировать основные технологии и инструменты, которые применяются в новых медиа /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.5Л2.4 Л2.7 Л2.12 Л2.14 Л2.19 Л2.22 Л2.23 Л2.29 Л2.30 Л2.32 Л2.34
2.4	Мессенджеры как элемент медиарынка Разобрать и проанализировать работу федеральных и региональных общественно-политических и деловых СМИ в мессенджерах. Составить подборку успешных кейсов, опыт которых можно интегрировать в медиaprактику региональных СМИ /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.5 Л1.6Л2.4 Л2.7 Л2.8 Л2.10 Л2.14 Л2.19 Л2.22 Л2.23 Л2.28 Л2.29 Л2.32 Л2.34
2.5	Проекты в новых медиа и их продвижение 1. Понятие проекта в журналистике. 2. Технология разработки медиапроекта. 3. Основы продвижения медиапроекта. /Лек/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.5 Л1.7Л2.4 Л2.13 Л2.14 Л2.16 Л2.17 Л2.23 Л2.29 Л2.30 Л2.32
2.6	Разработка медиапроекта для социальных сетей (ВК, ФБ, Ок) (с использованием программных средств Microsoft Office) /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.5Л2.4 Л2.12 Л2.14 Л2.19 Л2.22 Л2.23 Л2.29 Л2.30 Л2.34
2.7	Разработка медиапроекта для визуальных соцмедиа (с использованием программных средств Microsoft Office) /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.4 Л2.12 Л2.14 Л2.19 Л2.22 Л2.23 Л2.29 Л2.30 Л2.34
2.8	Разработка медиаканала в мессенджерах (с использованием программных средств Microsoft Office) /Пр/	2	2	ОПК-6	Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.5Л2.4 Л2.12 Л2.14 Л2.19 Л2.22 Л2.23 Л2.29 Л2.30 Л2.34

2.9	<p>Тема «Новые медиа 2020-х годов: перспективы развития»</p> <p>Тема «Особенности визуальных новых медиа»</p> <p>Тема «Перспективы визуальных медиа: форсайт»</p> <p>Тема «Новые медиатехнологии в работе редакции»</p> <p>Тема «Инструментарий новых медиа»</p> <p>Тема «ИИ в медиаиндустрии: современность и перспективы»</p> <p>Тема «Трансформация медиарынка в контексте развития и внедрения ИИ»</p> <p>Тема «Мессенджеры как медиа: зарубежный и отечественный опыт»</p> <p>Тема «Инструментарий мессенджеров и его использование в работе»</p> <p>Тема «E-mail-рассылка как новая "старая" технология: перспективы и "потолок"»</p> <p>Тема «Специфика и инструментарий социальной сети (ВК, Фб, Ок)»</p> <p>Тема «Основные этапы разработки медиапроекта с учетом соцсети»</p> <p>Тема «Оценка эффективности медиапроекта в соцмедиа: работа над ошибками»</p> <p>Тема «Специфика и инструментарий визуальных соцмедиа (YouTube, Inst, TikTok)»</p> <p>Тема «Основные этапы разработки медиапроекта с учетом особенностей платформы визуальных соцмедиа»</p> <p>Тема «Оценка эффективности медиапроекта в визуальных соцмедиа: работа над ошибками»</p> <p>Тема «Специфика и инструментарий Telegram»</p> <p>Тема «Основные этапы разработки медиапроекта в Telegram»</p> <p>Тема «Оценка эффективности медиапроекта в Telegram: работа над ошибками»</p> <p>(С использованием программных средств Microsoft Office) /Ср/</p>	2	38	ОПК-6	<p>Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.14 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.26 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.33 Л2.34</p>
2.10	/Экзамен/	2	36	ОПК-6	<p>Л1.1 Л1.2 Л1.3 Л1.4 Л1.5 Л1.6 Л1.7 Л2.1 Л2.2 Л2.3 Л2.4 Л2.5 Л2.6 Л2.7 Л2.8 Л2.9 Л2.10 Л2.11 Л2.12 Л2.13 Л2.14 Л2.15 Л2.16 Л2.17 Л2.18 Л2.19 Л2.20 Л2.21 Л2.22 Л2.23 Л2.24 Л2.25 Л2.26 Л2.27 Л2.28 Л2.29 Л2.30 Л2.31 Л2.32 Л2.33 Л2.34</p>

#### 4. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Структура и содержание фонда оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации представлены в Приложении 1 к рабочей программе дисциплины.

#### 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### 5.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
--	---------------------	----------	-------------------	----------

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л1.1	Черных, А.	Мир современных медиа: монография	Москва: ИД Территория будущего, 2007	<a href="http://www.iprbookshop.ru/7300.html">http://www.iprbookshop.ru/7300.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.2	Никитенко, А. А.	Основы медиажурналистики: учебное пособие	Новосибирск: Новосибирский государственный технический университет, 2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/44982.html">http://www.iprbookshop.ru/44982.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.3	Корконосенко, С. Г.	Теория журналистики. Моделирование и применение: учебное пособие	Москва: Логос, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/51641.html">http://www.iprbookshop.ru/51641.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.4	Олешко, Е. В.	Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68341.html">http://www.iprbookshop.ru/68341.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.5	Амзин, А., Галустян, А., Гатов, В., Кастельс, М., Кульчицкая, Д., Лосева, Н., Паркс, М., Паранько, С., Силантьева, О., ван дер, Балмаева, С., Лукиа, М.	Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016	Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75003.html">http://www.iprbookshop.ru/75003.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.6	Шпаковский, В. О., Розенберг, Н. В., Егорова, Е. С.	Интернет-журналистика и интернет-реклама: учебное пособие	Москва: Инфра-Инженерия, 2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/78258.html">http://www.iprbookshop.ru/78258.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л1.7	Качкаева А. Г., Шомова С. А., Мирошниченко А. А., Лапина-Кратасюк Е. Г.	Мультимедийная журналистика: учебник для вузов: учебник	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=471761</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

#### 5.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.1	Калмыков А. А., Коханова Л. А.	Интернет-журналистика: Учеб. пособие для вузов	М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005	20
Л2.2	Мирошниченко А.	Когда умрут газеты	М.: Кн. мир, 2011	14
Л2.3	Тангейт М.	Медиагиганты : как крупнейшие медиакомпании выживают на рынке и борются за лидерство: пер. с англ.	М.: Альпина Бизнес Букс, 2006	5
Л2.4	Березин В. М.	Массовая коммуникация : сущность, каналы, действия	М.: РИП-холдинг, 2004	5
Л2.5	Никуличев Ю. В., Бриггз А., Кобли П.	Медиа: введение: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.6	Больш Н.	Азбука медиа: научно-популярное издание	Москва: Европа, 2010	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=128617">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=128617</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.7	Синдяев А. В.	Особенности аудитории российских СМИ: монография	Москва: Лаборатория книги, 2012	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140092">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=140092</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.8	Емельянов Д. В.	Проблемы защиты авторства в журналистике: монография	Москва: Лаборатория книги, 2011	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=141498">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=141498</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.9	Киселёв А. Г.	Теория и практика массовой информации: общество - СМИ - власть: учебник	Москва: Юнити-Дана, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436719</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.10	Кинг Д.	Демократия и декаданс медиа	Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2015	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=440031">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=440031</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.11	Сальникова Е.	Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы: монография	Москва: Прогресс-Традиция, 2017	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=473543">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=473543</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.12	Романов, А. А., Васильев, Г. А., Каптюхин, Р. В.	Медиапланирование: учебное пособие	Москва: Евразийский открытый институт, 2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/10716.html">http://www.iprbookshop.ru/10716.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.13	Колесниченко, А. В.	Практическая журналистика: учебное пособие	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010	<a href="http://www.iprbookshop.ru/13304.html">http://www.iprbookshop.ru/13304.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей



	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.14	Асмолов, А. Г., Асмолов, Г. А., Варганова, Е. Л., Вербицкая, Ю. А., Войскунский, А. Е., Дунас, Д. В., Ениколопов, С. Н., Ефимова, Л. Л., Засурский, Я. Н., Зинченко, Ю. П., Кабрин, В. И., Карицкий, И. Н., Козлов, В. В., Коротченко, Е. А., Кузнецова, Ю. М., Матвеева, Л. В., Миронов, В. В., Назаретян, А. П., Петренко, В. Ф., Покровский, Н. Е., Пронин, Е. И., Пронина, Е. Е., Раскин, А. В., Соколова, Е. Т., Сорокина, В. В., Супрун, А. П., Чудова, Н. В., Варганова, Е. Л., Зинченко, Ю. П., Миронов, В. В.	Человек как субъект и объект медиапсихологии	Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2011	<a href="http://www.iprbookshop.ru/27428.html">http://www.iprbookshop.ru/27428.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.15	Бондарева, Г. А.	Лабораторный практикум по дисциплине «Мультимедиа технологии»: для студентов, обучающихся по направлениям подготовки 09.03.02 «информационные системы и технологии», 11.03.01 «радиотехника», 11.03.02 «инфокоммуникационные технологии и системы связи», 43.03.01 «сервис»	Саратов: Вузовское образование, 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/56282.html">http://www.iprbookshop.ru/56282.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.16	Барлыбаева, С., Рахимжанова, Г.	Новые медиа в мире и Казахстане: учебное пособие	Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2013	<a href="http://www.iprbookshop.ru/59852.html">http://www.iprbookshop.ru/59852.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.17	Велитченко, С.	Язык и стиль современных масс-медиа: учебное пособие	Алматы: Казахский национальный университет им. аль-Фараби, 2012	<a href="http://www.iprbookshop.ru/61244.html">http://www.iprbookshop.ru/61244.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.18	Большева, С. А., Юферева, А. С.	Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь»): учебно-методическое пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016	<a href="http://www.iprbookshop.ru/65943.html">http://www.iprbookshop.ru/65943.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.19	Кириллова, Н. Б.	Медиакультура и основы медиаменеджмента: учебное пособие	Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2014	<a href="http://www.iprbookshop.ru/68440.html">http://www.iprbookshop.ru/68440.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.20	Доброзракова, Г. А.	Журналистика в системе массовой коммуникации: учебное пособие	Самара: Поволжский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2015	<a href="http://www.iprbookshop.ru/71829.html">http://www.iprbookshop.ru/71829.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.21	Жилавская, И. В.	Медиаобразовательные технологии российских СМИ: учебное пособие	Москва: Московский педагогический государственный университет, 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/72502.html">http://www.iprbookshop.ru/72502.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.22		Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний	Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2018	<a href="http://www.iprbookshop.ru/75216.html">http://www.iprbookshop.ru/75216.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.23	Бузин, В. Н., Бузина, Т. С.	Медиапланирование. Теория и практика: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «реклама», «маркетинг», «психология», «социология», «журналистика»	Москва: ЮНИТИ-ДАНА, 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/81796.html">http://www.iprbookshop.ru/81796.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.24		Мультимедийные технологии. Часть 2. Мультимедиа в презентационной деятельности: Учебно-методический комплекс дисциплины по направлению подготовки 510306 (071900) «Библиотечно-информационная деятельность», профиль подготовки «Информационно-аналитическая деятельность», квалификация (степень) выпускника «бакалавр»	Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2014	<a href="http://www.iprbookshop.ru/55247.html">http://www.iprbookshop.ru/55247.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.25	Ильченко С. Н.	Фейковая журналистика. Спецкурс: учебное пособие	Москва, Берлин: Директ-Медиа, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=500661">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=500661</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.26	Хенкин М.	Золотой ключик инфосторителлинга: научно-популярное издание	Прага: Animedia Company, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495517">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=495517</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.27	Блохин И. Н., Вартанова Е. Л., Воскресенская М. А., Корконосенко С. Г., Кругликова О. С., Корконосенко С. Г.	Теория журналистики в России: коллективная монография: монография	Санкт-Петербург: Алетейя, 2018	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488271">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=488271</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.28	Набокова Л. С., Ноздренко Е. А., Набоков И. А.	Теория и практика массовой информации: учебное пособие	Красноярск: Сибирский федеральный университет (СФУ), 2016	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=497361">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=497361</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.29	Нужнов, Е. В.	Мультимедиа технологии. Основы мультимедиа технологий: учебное пособие	Ростов-на-Дону, Таганрог: Издательство Южного федерального университета, 2017	<a href="http://www.iprbookshop.ru/87445.html">http://www.iprbookshop.ru/87445.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.30	Богуславская, В. В., Ерофеева, И. В., Тепляшина, А. Н., Толстокулакова, Ю. В., Ерофеевой, И. В.	Моделирование медиатекста: монография	Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2020	<a href="http://www.iprbookshop.ru/88597.html">http://www.iprbookshop.ru/88597.html</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год	Колич-во
Л2.31	Шпаковский В. О., Егорова Е. С., Милаева О. В., Сиушкин А. Е., Тетерина Е. А.	Технологии управления общественным мнением: учебное пособие	Москва, Вологда: Инфра- Инженерия, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564679">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=564679</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.32	Евдокимов В. А.	Массмедиа в социокультурном пространстве: учеб. пособие	М.: ИНФРА-М, 2014	4
Л2.33	Черкасова В. П.	Медиа-манипулирование общественным политическим сознанием: телевидение и Интернет: монография	Москва: Весь Мир, 2019	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=574059">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=574059</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей
Л2.34		Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика: журнал	Москва: Московский Государственный Университет, 2020	<a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577054">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=577054</a> неограниченный доступ для зарегистрированных пользователей

### 5.3 Профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Гарант
2. Консультант+
3. База данных СМИ и информационных агентств, имеющих собственные интернет-порталы – <a href="https://yandex.ru/news/smi">https://yandex.ru/news/smi</a>
4. Ведомости – <a href="https://www.vedomosti.ru/">https://www.vedomosti.ru/</a>
5. Взгляд – <a href="https://vz.ru/">https://vz.ru/</a>
6. ВЦИОМ – <a href="https://www.wciom.ru/">https://www.wciom.ru/</a>
7. Газета – <a href="https://gzt.ru/">https://gzt.ru/</a>
8. Город N – <a href="https://gorodn.ru/">https://gorodn.ru/</a>
9. Государственная система правовой информации – <a href="http://www.pravo.fso.gov.ru/">http://www.pravo.fso.gov.ru/</a>
10. Единый архив экономических и социологических данных по российской Федерации от НИУ ВШЭ – <a href="http://sophist.hse.ru/">http://sophist.hse.ru/</a>
11. Журналист – <a href="https://jrnlst.ru/">https://jrnlst.ru/</a>
12. Интерфакс – <a href="https://www.interfax.ru/">https://www.interfax.ru/</a>
13. Исследовательская компания Mediascope – <a href="https://mediascope.net/">https://mediascope.net/</a>
14. Комитет защиты журналистов – <a href="https://cpj.org/ru/">https://cpj.org/ru/</a>
15. Коммерсант – <a href="https://www.kommersant.ru/">https://www.kommersant.ru/</a>
16. Левада-центр – <a href="https://www.levada.ru/">https://www.levada.ru/</a>
17. Лента.ру – <a href="https://lenta.ru/">https://lenta.ru/</a>
18. МедиаСпрут. Каталоги СМИ России, стран СНГ и Балтии, дальнего зарубежья – <a href="http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml">http://www.mediasprut.ru/media/media.shtml</a>
19. Международная федерация журналистов – <a href="https://www.ifj.org/">https://www.ifj.org/</a>
20. Международная федерация периодических СМИ – <a href="https://www.fipp.com/">https://www.fipp.com/</a>
21. Национальный институт развития прессы – <a href="http://www.pdi.ru/">http://www.pdi.ru/</a>
22. Наше время – <a href="https://www.nvgazeta.ru/">https://www.nvgazeta.ru/</a>
23. Независимая газета – <a href="https://www.ng.ru/">https://www.ng.ru/</a>
24. Новая газета – <a href="https://novayagazeta.ru/">https://novayagazeta.ru/</a>
25. Обзоры иностранной прессы – <a href="https://www.inopressa.ru/">https://www.inopressa.ru/</a>
26. Официальный портал правительства РО – <a href="https://www.donland.ru/">https://www.donland.ru/</a>
27. Официальный сервер органов государственной власти РФ – <a href="http://www.gov.ru/">http://www.gov.ru/</a>
28. Профиль – <a href="https://profile.ru/">https://profile.ru/</a>
29. РБК daily – <a href="https://www.rbc.ru/">https://www.rbc.ru/</a>
30. Региональный информационный холдинг «ДОН-МЕДИА» – <a href="https://don24.ru/">https://don24.ru/</a>
31. Рейтинг СМИ – <a href="https://inpresso.ru/smi.php">https://inpresso.ru/smi.php</a>
32. РИА Новости – <a href="https://ria.ru/">https://ria.ru/</a>

33. Российская газета – <a href="https://rg.ru/">https://rg.ru/</a>
34. Российские и зарубежные новости – <a href="https://polit.ru/">https://polit.ru/</a>
35. Союз журналистов России – <a href="https://ruj.ru/">https://ruj.ru/</a>
36. Справочно-информационный портал «Грамота.ру» – <a href="http://gramota.ru/">http://gramota.ru/</a>
37. ТАСС – <a href="https://tass.ru/">https://tass.ru/</a>
38. Университетская библиотека online – <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=razd_n">https://biblioclub.ru/index.php?page=razd_n</a>
39. Фонд защиты гласности – <a href="http://www.gdf.ru/">http://www.gdf.ru/</a>
40. Фонд Общественное Мнение – <a href="https://fom.ru/">https://fom.ru/</a>
41. Форбс – <a href="https://www.forbes.ru/">https://www.forbes.ru/</a>
42. Центр журналистских технологий – <a href="http://www.cjt.nnov.ru/index.htm">http://www.cjt.nnov.ru/index.htm</a>
43. Центр раскрытия корпоративной информации Интерфакс. – <a href="http://www.e-disclosure.ru/">http://www.e-disclosure.ru/</a>
44. Эксперт – <a href="https://expert.ru/">https://expert.ru/</a>

#### **5.4. Перечень программного обеспечения**

Microsoft Office

#### **5.5. Учебно-методические материалы для студентов с ограниченными возможностями здоровья**

При необходимости по заявлению обучающегося с ограниченными возможностями здоровья учебно-методические материалы предоставляются в формах, адаптированных к ограничениям здоровья и восприятия информации. Для лиц с нарушениями зрения: в форме аудиофайла; в печатной форме увеличенным шрифтом. Для лиц с нарушениями слуха: в форме электронного документа; в печатной форме. Для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата: в форме электронного документа; в печатной форме.

### **6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Помещения для проведения всех видов работ, предусмотренных учебным планом, укомплектованы необходимой специализированной учебной мебелью и техническими средствами обучения. Для проведения лекционных занятий используется демонстрационное оборудование. Лабораторные занятия проводятся в компьютерных классах, рабочие места в которых оборудованы необходимыми лицензионными программными средствами и выходом в Интернет

### **7. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Методические указания по освоению дисциплины представлены в Приложении 2 к рабочей программе дисциплины.

## ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

### 1 Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания

#### 1.1 Показатели и критерии оценивания компетенций:

ЗУН, составляющие компетенцию	Показатели оценивания	Критерии оценивания	Средства оценивания*
ОПК-6:Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии			
<b>Знать:</b> основные современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии производства медиаконтента	готовиться к практическим и лекционным занятиям, готовить конспекты с использованием ссылок на рекомендованную основную и дополнительную литературу, анализировать и отбирать информацию из интернет-источников и баз данных	полные, содержательные и развернутые ответы на поставленные вопросы, знание лекционного материала и привлечение ссылок на основную и дополнительную литературу в ходе ответа	ВЭ (вопросы 1-50); ИР (1-20)
<b>Уметь:</b> анализировать и применять в соответствии с задачами современные технические средства и	искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме	соответствие цели, теме, проблеме исследования, проекта, задания; полнота и содержательность	ВЭ (вопросы 1-50); ИР (1-20); КЗ

<p>информационно-коммуникационные технологии производства медиаконтента</p>	<p>кейс-задания, портфолио, исследования, систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения; разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ</p>	<p>ответа; умение приводить примеры; умение аргументировано отстаивать свою позицию в исследовательской работе; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке к кейс-заданию, подготовке исследования; соответствие представленной в ответах информации материалам лекции, учебной литературы, сведениям из информационных интернет-ресурсов и баз данных</p>	<p>(1-3); ПР (1-2)</p>
<p><b>Владеть:</b> навыками применения современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий при производстве различного медиаконтента</p>	<p>искать, анализировать и отбирать данные и сведения по теме кейс-задания, портфолио, исследования; систематизировать собранную и отобранную информацию по необходимой теме в текстовом варианте, в том числе в формате журналистского произведения;</p>	<p>достижение цели и раскрытие темы, проблемы исследования, проекта, задания; умение приводить примеры из реальной медиапрактики; аргументировано отстаивать свою точку зрения на тему, проблему; умение корректно пользоваться научной и учебной литературой при подготовке исследования, творческого задания, проекта; корректное оформление исследования, задания, портфолио, проекта в соответствии с</p>	<p>ВЭ (вопросы 1-68); ИР (1-20); КЗ (1-3); ПР (1-2)</p>

	<p>разрабатывать концепцию журналистского проекта для различных типов СМИ; проводить и оформлять исследование по журналистике с использованием специализированных методов (типология журналистики)</p>	<p>техническим заданием и поставленной целью, с использованием творческого потенциала (креативностью)</p>	
--	--	---	--

\* ВЭ – вопросы к экзамену; ИР – исследовательская работа; КЗ – кейс-задание; ПР – проектная работа.

## 1.2 Шкалы оценивания:

Текущий контроль успеваемости и промежуточная аттестация осуществляется в рамках накопительной балльно-рейтинговой системы в 100-балльной шкале:

### Экзамен

- 84-100 баллов (оценка «отлично»);
- 67-83 баллов (оценка «хорошо»);
- 50-66 баллов (оценка «удовлетворительно»);
- 0-49 баллов (оценка «неудовлетворительно»).

## 2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы

### Вопросы к экзамену

1. Современный медиарынок и его особенности.
2. Сегмент деловых СМИ на федеральном и региональном медиарынке. Их особенности.

3. Особенности журналистики XXI века.
4. Медиа технологии в прессе.
5. Медиа технологии в теле- и радиовещании.
6. Медиа технологии в онлайн-СМИ.
7. Новые медиа форматы.
8. Инструментарий и навыки журналиста XXI века.
9. Редакционные метрики и способы их применения в медиа практике.
10. Журналистика длинных форм.
11. Особенности мультимедийного сторителлинга.
12. Этапы работы над лонгридом.
13. Приемы и методы создания иммерсивности в журналистике длинных форм и проектах.
14. Спецпроекты в деловых медиа.
15. Этапы разработки спецпроекта.
16. Новые технологии коммуникации с аудиторией СМИ.
17. Психология восприятия информации.
18. Особенности современного медиапотребления.
19. Новые медиа и их особенности.
20. Аудиовизуальный контент и технологии его производства.
21. Технологии новых медиа.
22. Мессенджеры как элемент медиарынка.
23. Проекты в новых медиа и их продвижение.
24. Разработка медиапроекта для социальных сетей (ВК, ФБ, Ок).
25. Разработка медиапроекта для визуальных соцмедиа.
26. Разработка медиаканала в мессенджерах.
27. «Упаковка» контента в зависимости от медиаплатформы.
28. Визуал в соцсетях и его особенности.
29. Позиционирование бренда в социальных медиа.
30. Новые медиа 2020-х годов: перспективы развития.
31. Особенности визуальных новых медиа.
32. Перспективы визуальных медиа: форсайт
33. Новые медиа технологии в работе редакции.
34. Инструментарий новых медиа.
35. ИИ в медиаиндустрии: современность и перспективы.
36. Трансформация медиарынка в контексте развития и внедрения ИИ.
37. Мессенджеры как медиа: зарубежный и отечественный опыт.
38. Инструментарий мессенджеров и его использование в работе.
39. E-mail-рассылка как новая "старая" технология: перспективы и "потолок".
40. Специфика и инструментарий социальной сети (ВК, ФБ, Ок).



41. Основные этапы разработки медиапроекта с учетом соцсети.
42. Оценка эффективности медиапроекта в соцмедиа: работа над ошибками.
43. Специфика и инструментарий визуальных соцмедиа (YouTube, Inst, TikTok).
44. Основные этапы разработки медиапроекта с учетом особенностей платформы визуальных соцмедиа.
45. Оценка эффективности медиапроекта в визуальных соцмедиа: работа над ошибками.
46. Специфика и инструментарий Telegram.
47. Основные этапы разработки медиапроекта в Telegram.
48. Оценка эффективности медиапроекта в Telegram: работа над ошибками.
49. Продвижение бренда в социальных медиа и создание корпоративного стиля.
50. Современные медиатехнологии в бизнес-коммуникациях.

### **Критерии оценивания:**

#### **Максимальное количество баллов – 100.**

100-84 балла (оценка «отлично») – ответы на вопросы верны; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение конкретных примеров из современной медиапрактики;

83-67 баллов (оценка «хорошо») – ответ на вопрос верный, но с отдельными погрешностями и ошибками, уверено исправленными после дополнительных вопросов; продемонстрировано наличие глубоких исчерпывающих / твердых и достаточно полных знаний, грамотное и логически стройное изложение материала при ответе, приведение примеров из современной медиапрактики;

66-50 баллов (оценка «удовлетворительно») – ответ на вопрос частично верный, продемонстрирована некоторая неточность ответов на дополнительные и наводящие вопросы, студент не может привести примеров из современной медиапрактики;

49-0 баллов (оценка «неудовлетворительно») – ответ на вопрос не верен, продемонстрирована неуверенность и неточность ответа на дополнительные и наводящие вопросы.

### **Темы исследовательских работ**

1. Новые медиа 2020-х годов: перспективы развития.
2. Особенности визуальных новых медиа.
3. Перспективы визуальных медиа: форсайт.
4. Новые медиатехнологии в работе редакции.
5. Инструментарий новых медиа.

6. ИИ в медиаиндустрии: современность и перспективы.
7. Трансформация медиарынка в контексте развития и внедрения ИИ.
8. Мессенджеры как медиа: зарубежный и отечественный опыт.
9. Инструментарий мессенджеров и его использование в работе.
10. E-mail-рассылка как новая "старая" технология: перспективы и "потолок".
11. Специфика и инструментарий социальной сети (ВК, Фб, Ож).
12. Основные этапы разработки медиапроекта с учетом соцсети.
13. Оценка эффективности медиапроекта в соцмедиа: работа над ошибками.
14. Специфика и инструментарий визуальных соцмедиа (YouTube, Inst, TikTok)
15. Основные этапы разработки медиапроекта с учетом особенностей платформы визуальных соцмедиа.
16. Оценка эффективности медиапроекта в визуальных соцмедиа: работа над ошибками.
17. Специфика и инструментарий Telegram.
18. Основные этапы разработки медиапроекта в Telegram.
19. Оценка эффективности медиапроекта в Telegram: работа над ошибками.
20. Эффективные практики визуальной «упаковки» медиаконтента для различных платформ.

### **Критерии оценивания:**

#### **Максимальное количество баллов – 20.**

20-18 баллов – тема исследовательской работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора подкреплены содержательным анализом; допускается присутствие в тексте грамматических и стилистические ошибки (не более 2); соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; работа оформлена согласно правилам;

17-10 баллов – тема исследовательской работы совпадает с предложенной преподавателем, полностью раскрыта, рассуждения автора содержат элементы анализа, но в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (не более 5), при этом соблюдены структура повествования и логика изложения мысли; наблюдаются проблемы с оформлением работы;

9-7 баллов – тема исследовательской работы совпадает с предложенной преподавателем, но не до конца раскрыта, рассуждения автора поверхностны и не содержат элементов анализа; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 5), но соблюдены структура повествования и логика изложения мысли;

6-4 баллов – тема исследовательской работы частично не совпадает с предложенной преподавателем, присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 10), нарушены структура повествования и логика изложения мысли;

3-1 балла – тема исследовательской работы не совпадает с предложенной преподавателем; в тексте присутствуют логические, грамматические, фактические и стилистические ошибки (более 15), отсутствуют структура повествования и логика изложения мысли;

0 баллов – задание преподавателя не выполнено; в выполненном задании обнаруживаются следы плагиата.

### **Кейс-задание**

**Задание 1.** Проанализировать лонгриды в современных отечественных деловых СМИ. Определить тип, жанровое своеобразие, типы медиаконтента, приемы погружения читателя в историю, основные мультимедийные технологии и виды планов.

**Задание 2.** Разработать опросник для оценки эффективности работы медиаресурса аудиторией.

**Задание 3.** Разработать концепцию спецпроекта для регионального делового или общественно-политического СМИ.

#### **Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов за каждое задание – 10 (10x3=30).**

10-8 баллов – кейс-задание выполнено полностью, в рамках регламента, установленного на публичную презентацию, студент приводит полную четкую аргументацию выбранного решения на основе качественно сделанного анализа. Демонстрируются хорошие теоретические знания, имеется собственная обоснованная точка зрения на проблему(ы) и причины ее (их) возникновения. В случае ряда выявленных проблем четко определяет их иерархию. При устной презентации уверенно и быстро отвечает на заданные вопросы, выступление сопровождается приемами визуализации;

7-5 баллов – кейс-задание выполнено полностью, но в рамках установленного на выступление регламента, студент не приводит полную четкую аргументацию выбранного решения. Имеет место излишнее теоретизирование, или наоборот, теоретическое обоснование ограничено, имеется собственная точка зрения на проблемы, но не все причины ее возникновения установлены;

4-2 баллов – кейс-задание выполнено более чем на 2/3, но в рамках установленного на выступление регламента, студент расплывчато раскрывает решение, не может четко аргументировать сделанный выбор, показывает явный недостаток теоретических знаний. Выводы слабые, свидетельствуют о недостаточном анализе фактов, в основе решения может иметь место некорректная интерпретация фактов или предположения;

1-0 баллов – кейс-задание не выполнено, или выполнено менее чем на треть. Отсутствует детализация при анализе кейса, изложение устное или письменное не структурировано. Если решение и обозначено в выступлении или отчете-презентации, то оно не является решением проблемы, которая заложена в кейсе.

### **Проектная работа**

**Задание 1.** Разработка и презентация концепции медиапроекта для социальных сетей и мессенджеров (на основе теории и практических примерах, рассмотренных на лекционных и практических занятиях).

**Задание 2.** Разработка и презентация концепции медиапроекта для визуальных соцмедиа (на основе теории и практических примерах, рассмотренных на лекционных и практических занятиях).

#### **Критерии оценивания:**

**Максимальное количество баллов за каждое задание – 25 (25x2=50).**

25-21 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок и недочетов; разработал полноценную дизайн-модель регионального делового СМИ, с учетом аудиторного, тематического, издательского фактора, бизнес-модели издания; разработал логотип, цветовую модель, систему оформительских элементов и композиционных решений, в соответствии с критериями дизайна и учетом специфики аудитории и особенностей рынка, опираясь на реальные примеры и теоретические материалы; ярко и наглядно визуализировал свой проект в презентации; во время презентации проекта аргументировано отвечал на вопросы, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

20-16 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок, но с недочетами; разработал дизайн-модель регионального делового СМИ, однако при разработке не до конца учел аудиторный, тематический, издательский фактор, особенности бизнес-модели издания; разработал логотип, цветовую модель, систему оформительских элементов и композиционных решений в целом в соответствии с критериями дизайна и с учетом специфики аудитории и особенностей рынка, опираясь на примеры и теоретические материалы; визуализировал свой проект в презентации; во время презентации проекта не всегда мог аргументировано ответить на вопросы, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

15-11 баллов выставляется, если студент выполнил работу без ошибок, но с недочетами; разработал дизайн-модель регионального делового СМИ, однако при разработке не учел аудиторный, тематический, издательский фактор, особенности бизнес-модели издания; разработал логотип, цветовую

модель, систему оформительских элементов и композиционных решений в целом в соответствии с критериями дизайна и с учетом специфики аудитории и особенностей рынка, однако допустил ошибки; визуализировал свой проект в презентации; во время презентации проекта не всегда мог аргументировано ответить на вопросы, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

10-6 баллов выставляется, если студент выполнил работу с ошибками; разработал дизайн-модель регионального делового СМИ, однако при разработке не учел аудиторный, тематический, издательский фактор, особенности бизнес-модели издания; разработал логотип, цветовую модель, систему оформительских элементов и композиционных решений не в соответствии с критериями дизайна и без учета специфики аудитории и особенностей рынка; визуализировал свой проект в презентации; во время презентации проекта не мог аргументировано ответить на вопросы, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

5-1 баллов выставляется, если студент выполнил работу с ошибками; разработал дизайн-модель регионального делового СМИ не до конца, не учел аудиторный, тематический, издательский фактор, особенности бизнес-модели издания; разработал логотип, цветовую модель, систему оформительских элементов и композиционных решений не в соответствии с критериями дизайна и без учета специфики аудитории и особенностей рынка, допустил грубые ошибки при их разработке; не визуализировал свой проект в презентации; во время презентации проекта не мог аргументировано ответить на вопросы, демонстрируя свободное владение теоретическим и практическим материалом;

0 баллов выставляется, если студент не выполнил работу.

### **3. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций**

Процедуры оценивания включают в себя текущий контроль и промежуточную аттестацию.

**Текущий контроль** успеваемости проводится с использованием оценочных средств, представленных в п. 2 данного приложения. Результаты текущего контроля доводятся до сведения студентов до промежуточной аттестации.

**Промежуточная аттестация** проводится в форме экзамена.

Экзамен проводится по расписанию экзаменационной сессии в устном виде. Количество вопросов в экзаменационном задании – 3. Проверка ответов и объявление результатов производится в день проведения экзамена. Результаты аттестации заносятся в экзаменационную ведомость и зачетную книжку студента. Студенты, не прошедшие промежуточную аттестацию по графику сессии, должны ликвидировать задолженность в установленном порядке.

## МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебным планом по направлению подготовки «Журналистика» предусмотрены следующие виды занятий:

- лекции,
- практические занятия.

При подготовке к практическим занятиям каждый студент должен:

- изучить рекомендованную учебную литературу,
- изучить конспекты лекций,
- подготовить ответы на все вопросы по изучаемой теме,
- письменно решить домашнее задание, рекомендованные преподавателем при изучении каждой темы.

По согласованию с преподавателем студент может подготовить исследовательскую работу по теме занятия. В процессе подготовки к практическим занятиям студенты могут воспользоваться консультациями преподавателя.

Вопросы, не рассмотренные на лекциях и практических занятиях, должны быть изучены студентами в ходе самостоятельной работы. Контроль самостоятельной работы студентов над учебной программой курса осуществляется в ходе занятий методом устного опроса или посредством тестирования. В ходе самостоятельной работы каждый студент обязан прочитать основную и по возможности дополнительную литературу по изучаемой теме, дополнить конспекты лекций недостающим материалом, выписками из рекомендованных первоисточников. Выделить непонятные термины, найти их значение в энциклопедических словарях.

При реализации различных видов учебной работы используются разнообразные (в т.ч. интерактивные) методы обучения, в частности:

- интерактивная доска для подготовки и проведения лекционных и семинарских занятий.

Для подготовки к занятиям, текущему контролю и промежуточной аттестации студенты могут воспользоваться электронной библиотекой вуза <http://library.rsue.ru/>. Также обучающиеся могут взять на

дом необходимую литературу на абонементе вузовской библиотеки или воспользоваться читальными залами вуза.

### **Методические рекомендации по оформлению исследовательской работы:**

1. **Текст** работы должен быть распечатан на компьютере на одной стороне стандартного листа белой односторонней бумаги (формата А4) через два интервала (1,5 интервала в текстовом процессоре Word 6/95/2000/XP for Windows). Шрифт Times New Roman (кегель 14). Размер левого поля 30 мм, правого – 10,5 мм, верхнего – 20 мм, нижнего – 20 мм. Поля слева оставляют для переплета, справа – для того, чтобы в строках не было неправильных переносов. При таких полях каждая страница текста содержит приблизительно 1800 знаков (30 строк по 60 знаков в строке, считая каждый знак препинания и пробел между словами также за печатный знак). Текст выравнивается по ширине.

Все страницы нумеруются начиная с титульного листа (на титульном листе номер страницы не ставится). Цифру, обозначающую порядковый номер страницы, ставят в середине верхнего поля страницы.

Каждая глава начинается с новой страницы. Это правило относится к другим основным структурным частям работы: Введение, Заключение, Библиографическому списку, Приложение.

Расстояние между названием главы и последующим текстом должно быть равно двум интервалам. Такое же расстояние выдерживается между заголовками главы и параграфа. Расстояния между основаниями строк заголовка принимают такими же, как и в тексте. Точку в конце заголовка, располагаемого посередине строки, не ставят. Не допускается подчеркивание заголовков и перенос слов в заголовке.

Фразы, начинающиеся с новой (красной) строки, печатают с абзацным отступом от начала строки, равным 1,25 см.

Таблицы, рисунки, чертежи, графики, фотографии как в тексте работы, так и в приложении должны быть выполнены на стандартных листах размером 210x297 мм (формат А – 4). Подписи и пояснения к фотографиям, рисункам помещаются с лицевой стороны.

Рукопись, рисунки, фотографии должны быть без пометок, карандашных исправлений, пятен и загибов, не допускаются набивка буквы на букву и дорисовка букв чернилами. Количество исправлений должно быть не более пяти на страницу и вноситься от руки чернилами черного цвета.

2. Главы и параграфы должны быть пронумерованы, что позволит составить «**Содержание**» работы. Для этого используются арабские цифры, прописные и строчные буквы в сочетании с делением на абзацы. В последнее время входит «в моду» чисто цифровая нумерация, когда самые крупные части нумеруются одной цифровой, их подразделы – двумя цифрами: номером части и номером раздела (н а п р

и м е р, раздел 2.1), параграфы – тремя цифрами (2.1.3). Такая система допускается отсутствие слов «часть», «раздел», «глава», «параграф».

3. **Библиографический аппарат** – весьма сложная часть работы. Во-первых, это ценное указание на источники по теме исследования для тех, кто будет читать работу; во-вторых, он позволяет судить о научной культуре автора, глубине его проникновения в тему и этичности его позиции по отношению к авторам используемых источников.

Библиографические описания в списках должны быть составлены в соответствии со следующими ГОСТами:

1. ГОСТ Р 7.0.100-2018 «Библиографическая запись. Библиографическое описание. Общие требования и правила составления».

2. ГОСТ 7-82-2001 «Библиографическая запись. Библиографическое описание электронных ресурсов. Общие требования и правила составления».

3. ГОСТ 7.0.12-2011 «Библиографическая запись. Сокращение слов и словосочетаний в русском языке. Общие требования и правила».

### **Книги (монографии, учебники, словари, энциклопедии и т. д.)**

#### **– книги одного автора:**

Абаимов, В. Ф. Дендрология : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности "Лесное хозяйство" / В. Ф. Абаимов. – 3-е изд., перераб. – Москва : Академия, 2009. – 368 с.

#### **– книги двух авторов:**

Ковалев, В. В. Анализ хозяйственной деятельности предприятия : учебник для студентов вузов, обучающихся по спец. "Финансы и кредит", "Бухгалтерский учет, анализ и аудит" / В. В. Ковалев, О. Н. Волкова. – Изд. 2-е, перераб. и доп. – Москва : Проспект, 2007. – 424 с.

#### **– книги трёх авторов:**

Бахвалов, Н. С. Численные методы : учеб. пособие для студ. физико-математ. спец. вузов / Н. С. Бахвалов, Н. П. Жидков, Г. М. Кобельков ; Моск. гос. ун-т им. М. В. Ломоносова. – 4-е изд. – Москва : БИНОМ. Лаб. знаний, 2006. – 636 с.

#### **– книги четырех авторов:**

История России : учебное пособие для вузов / В. Н. Быков, А. И. Иванов, В. П. Петров, А. Я. Борисов ; отв. ред. А. П. Сухов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Санкт-Петербург : СПбЛТА, 2001. – 231 с.



**– книги более четырех авторов:**

Менеджмент в АПК : учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии АПК" / Ю. Б. Королев, А. В. Николаев, И. Е. Соболев [и др.]. – Москва : КолосС, 2007. – 424 с.

**– книги под редакцией, составители и т. д.:**

Стратегический менеджмент : учеб. по специальности "Менеджмент организации" / под ред. А. Н. Петрова. – Санкт-Петербург : Питер, 2005. – 496 с.

**– методические и учебно-методические пособия:**

Математика. Самостоятельная работа студентов : метод. указания для подготовки дипломированных специалистов по специальности 080502 "Экономика и управление на предприятии (по отраслям)", 080507 "Менеджмент организации" / сост.: С. М. Полещиков, О. Н. Роттэ. – Сыктывкар : СЛИ, 2007. – 24 с.

**– отдельный том многотомного издания:**

Экономическая безопасность Республики Коми : в 2-х т. Т. 2 / Коми НЦ УрО РАН, Ин-т соц.-эконом. и энергет. проблем Севера ; ред.: В. Н. Лаженцев, В. И. Акопов. – Сыктывкар : [б. и.], 2003. – 478 с.

**Статьи из журналов и газет, главы из книг**

**– статьи из журнала одного автора:**

Локтионов, В. И. Проблема выбора метода оценки эффективности инвестиционных проектов, программ и стратегий в энергетике / В. И. Локтионов // Финансы и кредит. – 2012. – № 38. – С. 62-65.

**– статьи из журнала двух авторов:**

Киселева, В. В. Динамика типов леса и типов насаждений национального парка "Лосиный остров" / В. В. Киселева, Б. В. Галактионов // Лесной вестник. – 2019. – № 23. – С. 20-28.

**– статьи из журнала трёх авторов:**

Карманов, А. П. Применение методов нелинейной динамики для анализа результатов мониторинга сточных вод / А. П. Карманов, Л. С. Кочева, Т. Н. Щемелинина // Известия вузов. Лесной журнал. – 2014. – № 6. – С. 129-137.

**– статьи из журнала четырёх авторов:**

Дискуссии о денежно-кредитной политике и состоянии экономики: в поисках конструктивной критики / А. Могилат, Ю. К. Ачкасов, А. В. Егоров, А. В. Климовец // Вопросы экономики. – 2016. – № 5. – С. 25-43.

*– статьи из журнала более четырёх авторов:*

Росту и развитию агропромышленного производства необходим комплексный подход / И. Г. Ушачев, А. Ф. Серков, В. В. Маслова [и др.] // АПК: экономика, управление. – 2016. – № 4. – С. 4-14.

*– статьи из газеты:*

Богданович, С. Один день с Монди / С. Богданович // Огни Вычегды. – 2015. – № 15, 17 апр. – С. 3, 4.

*– статьи из сборника, материалы конференций:*

Двинянинова, Г. С. Комплимент: Коммуникативный статус или стратегия в дискурсе / Г. С. Двинянинова // Социальная власть языка : сб. науч. тр. / Воронеж. межрегионал. ин-т обществ. наук ; Воронеж. гос. ун-т, Фак. романно-герман. истории. – Воронеж, 2001. – С. 101–106.

*– раздел, глава из книги:*

Малый, А. И. Введение в законодательство Европейского сообщества / А. И. Малый // Институты Европейского союза : учеб. пособие / А. И. Малый, Дж. Кембелл, О. Нейл. – Архангельск, 2001. – Разд. 1. – С. 7–26.

### **Диссертации, авторефераты диссертаций**

Князев, Е. Н. Антикризисное управление: принципы организации и механизмы принятия решений : специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством (экономика, организация и управление предприятиями, отраслями и комплексами: промышленности) : диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук / Князев Евгений Николаевич; науч. рук. В. Н. Задорожный ; Институт социально-экономических и энергетических проблем Севера КНЦ УрО РАН. – Сыктывкар, 2002. – 206 с.

### **Примеры библиографического описания электронных ресурсов**

*– нормативно-правовые акты, ГОСТы, СП, федеральные законы, приказы и т.д. :*

Налоговый кодекс Российской Федерации (часть вторая) : от 05 авг. 2000 г. : принят Гос. Думой 16 июля 1998 г. : одобр. Советом Федерации 17 июля 1998 г.: ред. от 15.04.2019 // СПС «КонсультантПлюс» (дата обращения: 10.10.2019).

*- книги с электронно-библиотечных систем («Университетская библиотека онлайн»)*

Ирзаев, Г. Х. Экспертные методы управления технологичностью

промышленных изделий : монография / Г. Х. Ирзаев ; Университетская библиотека онлайн (ЭБС). – Москва : Инфра-Инженерия, 2010. – 192 с. – URL: <http://www.biblioclub.ru/book/70522/> (дата обращения: 01.10.2019).

**– книга, методическое пособие:**

Дипломное проектирование : метод. указания по подготовке дипломных проектов для студентов специальности 220301 "Автоматизация технологических процессов и производств" заочной формы обучения : самост. учеб. электрон. изд. / Сыкт. лесн. ин-т – фил. ГОУ ВПО "С.-Петерб. гос. лесотехн. акад. им. С. М. Кирова", Каф. автоматизации технол. процессов и производств ; сост.: В. И. Семеновых, Н. В. Белозерова, Е. Ю. Сундуков. Сыктывкар : СЛИ, 2009. – URL: <http://lib.sfi.komi.com/ft/301-000091.pdf> (дата обращения: 14.10.2019).

**– статьи из журналов, представленных в электронном виде:**

Калимуллин, Т. Р. Российский рынок диссертационных услуг / Т. Р.

Калимуллин ; Изд-во «Лань» (ЭБС) // Экономическая социология. – 2005. – Т. 6, № 4. – С. 14–38. – URL: <http://www.ecsoc.msses.ru/Mag.php> (дата обращения: 23.12.2019).

**– статьи из электронных журналов:**

Петров, А. В. Обучение студентов СПО основам создания баз данных в MySQL / А. В. Петров // Научное образование : электронный журнал. – URL: <http://www.nilc.ru/journal/>. – Дата публикации: 21. 04. 2019.

**– сайт в целом:**

Википедия : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.11.2019).

**– раздел из сайта:**

Лесоводство // Википедия : [сайт]. – URL: <https://ru.wikipedia.org/wiki> (дата обращения: 01.11.2019).

### **CD–диски**

Художественная энциклопедия зарубежного классического искусства. – Москва: Большая Рос. энцикл., 1996. – 1 (CD-ROM).