

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Гриб Владислав Валерьевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 19.06.2024 11:40:07  
Уникальный программный ключ:  
637517d24e103c3db032acf37e839d98ec1c5bb2f5eb89c29abfcd7f43985447



**Образовательное частное учреждение высшего образования  
«МОСКОВСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ А.С. ГРИБОЕДОВА»**

(ИМПЭ им. А.С. Грибоедова)

**ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

**УТВЕРЖДЕНО:**

Декан факультета журналистики  
\_\_\_\_\_/Ю.В. Шуйская/  
«10» июня 2024 г

**Рабочая программа дисциплины**

**Мультимедийные**

**технологии в рекламе и PR**

Укрупненная группа специальностей 42.00.00

**Направление подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**(уровень бакалавриата)**

**Направленность/профиль:**

**«PR технологии и цифровые коммуникации»**

**Формы обучения: очная, заочная**

**Москва**

**Рабочая программа** учебной дисциплины «Мультимедийные технологии в рекламе и PR». Направление подготовки\специальность 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата). Направленность/профиль «PR технологии и цифровые коммуникации» / сост. Мультиановская Д. В. – М.: Образовательное частное учреждение высшего образования «Московский университет имени А.С. Грибоедова». – 24 с.

Рабочая программа составлена на основании федерального государственного образовательного стандарта высшего образования – по направлению подготовки 42.03.01 Журналистика (уровень бакалавриата), утвержденного приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 8 июня 2017 г. № 512 с изменениями и дополнениями от 26.11.2020 и Профессиональных стандартов «Специалист по продвижению и распространению продукции средств массовой информации», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 04 августа 2014 г. № 535н, «Специалист по информационным ресурсам», утвержденный приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от «08» сентября 2014 г. № 629н, «Специалист по производству продукции телерадиовещательных средств массовой информации», утвержден приказом Министерства труда и социальной защиты Российской Федерации от 28.10.2014 № 811н.

Разработчик:

Мультиановская Д. В.

---

Ответственный рецензент:

профессор кафедры массовых коммуникаций филологического факультета Российского университета дружбы народов им. Патриса Лумумбы, доктор исторических наук, Грабельников А.А.

---

*(Ф.И.О., уч. степень, уч. звание, должность)*

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры журналистики, медиакоммуникаций и рекламы «10» июня 2024 г., протокол № 8.

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ /д.ф.н. Ю.В. Шуйская/

(подпись)

Согласовано от Библиотеки \_\_\_\_\_ /О.Е. Стёпкина/

(подпись)

## РАЗДЕЛ 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

**Цель** курса – дать обучающимся знания и практические навыки по мультимедийным технологиям в рекламе и PR и смежных областях (реклама, связи с общественностью), необходимые сотруднику новых медиа. Курс является практико-ориентированным и предполагает выполнение заданий, связанных с непосредственным применением теоретических знаний.

Среди основных **задач** курса можно выделить следующие:

- формирование у обучающихся представлений о практике работы рекламщика на различных медийных платформах;
- развитие навыков самостоятельной подготовки и публикации материалов в различных мультимедийных форматах и на различных медийных платформах. Развитие навыков выбора технологического решения и/или сервиса, адекватного поставленной редакционной задаче;
- формирование умений в работе с различными технологиями и сервисами при работе в редакции мультимедийной компании или самостоятельном создании мультимедийных проектов.

## РАЗДЕЛ 2. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫЕ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-9	Способен осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах	<b>ИПК-9.1.</b> Знает корпоративные стандарты, регламенты и иные локальные нормативные акты, регулирующие профессиональную деятельность <b>ИПК-9.2.</b> Умеет использовать современные информационно-коммуникационные технологии, в том числе интернет-технологии <b>ИПК-9.3.</b> Владеет навыками ведения деловых переговоров, установки деловых отношений с партнерами (клиентами)

## РАЗДЕЛ 3. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ БАКАЛАВРИАТА

Дисциплина «Мультимедийные технологии в рекламе и PR» изучается очной группой в 5 семестре, заочной группой – в 6 семестре, входит в часть блока 1 «Дисциплины (модули)». Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е.

## РАЗДЕЛ 4. ОБЪЕМ (ТРУДОЕМКОСТЬ) ДИСЦИПЛИНЫ (ОБЩАЯ, ПО ВИДАМ УЧЕБНОЙ РАБОТЫ, ВИДАМ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ)

### Трудоемкость дисциплины и виды учебной работы на очной форме обучения

Семестр 5										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Само- стоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
4	144	16		10	8			74		36 экзамен

### на заочной форме обучения

Семестр 6										
з.е.	Ито го	Ле кц ии	Ла- бо- ра- тор- ные заня- тия	Прак- тиче- ские заня- тия	Се- ми- нары	Курсо- вое проек- тирова- ние	Само- стоя- тельная работа под ру- ковод- ством препо- дава- теля	Само- стоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация
4	144	2			6			100		36 экзамен

### Тематический план дисциплины

#### Очная форма обучения

Разделы / Темы	Лек- ции	Лабора- торные занятия	Практи- ческие занятия	Семи- нары	Самостоя- тельная работа	Теку- щий кон- троль	Контроль, промежу- точная ат- тестация	Всего часов
<b>5 семестр</b>								
Тема 1. Веб-анали- тика – ин- струмент анализа аудитории сайта СМИ	<b>2</b>		<b>2</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>12</b>
Тема 2. Принципы работы си- стем ста- тистики	<b>2</b>		<b>2</b>		<b>6</b>			<b>10</b>

интернет-сайтов								
Тема 3. Правила оформления материалов на сайте	<b>1</b>		<b>1</b>		<b>6</b>			<b>8</b>
Тема 4. Создание, подбор, обработка, архивация фото- и видеоконтента для сайта	<b>1</b>		<b>1</b>		<b>6</b>			<b>8</b>
Тема 5. Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете	<b>1</b>		<b>1</b>		<b>6</b>			<b>8</b>
Тема 6. Планирование и создание мультимедийного репортажа	<b>1</b>		<b>1</b>		<b>6</b>			<b>8</b>
Тема 7. Мониторинг, фактчекинг, интеграция контента из социальных сетей на сайт СМИ	<b>2</b>		<b>1</b>		<b>6</b>			<b>9</b>
Тема 8. Создание и ведение официальных страниц и аккаунтов СМИ в социальных сетях	<b>2</b>		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>6</b>			<b>11</b>

Тема 9. Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>6</b>			<b>8</b>
Тема 10. Мессенджеры как медиа-платформа для СМИ.	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>6</b>			<b>8</b>
Тема 11. Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop)	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>7</b>			<b>9</b>
Тема 12. Рекламные форматы продвижения контента СМИ в соцсетях	<b>1</b>			<b>1</b>	<b>7</b>			<b>9</b>
Экзамен								<b>36</b>
Итого за 5 семестр	<b>16</b>		<b>10</b>	<b>8</b>	<b>74</b>			<b>144</b>

### Заочная форма обучения

Разделы / Темы	Лекции	Лабораторные занятия	Практические занятия	Семинары	Самостоятельная работа	Текущий контроль	Контроль, промежуточная аттестация	Всего часов
<b>6 семестр</b>								
Тема 1. Веб-аналитика – инструмент анализа аудитории сайта СМИ	<b>1</b>				<b>8</b>			<b>9</b>
Тема 2. Принципы	<b>1</b>				<b>8</b>			<b>9</b>

работы систем статистики интернет-сайтов								
Тема 3. Правила оформления материалов на сайте				<b>1</b>	<b>8</b>			<b>9</b>
Тема 4. Создание, подбор, обработка, архивация фото- и видеоконтента для сайта				<b>1</b>	<b>8</b>			<b>9</b>
Тема 5. Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете				<b>1</b>	<b>8</b>			<b>9</b>
Тема 6. Планирование и создание мультимедийного репортажа				<b>1</b>	<b>8</b>			<b>9</b>
Тема 7. Мониторинг, фактчекинг, интеграция контента из социальных сетей на сайт СМИ				<b>1</b>	<b>8</b>			<b>9</b>
Тема 8. Создание и ведение официальных страниц и аккаунтов				<b>1</b>	<b>8</b>			<b>9</b>

СМИ в социальных сетях								
Тема 9. Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях					<b>9</b>			<b>9</b>
Тема 10. Мессенджеры как медиа-платформа для СМИ.					<b>9</b>			<b>9</b>
Тема 11. Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop)					<b>9</b>			<b>9</b>
Тема 12. Рекламные форматы продвижения контента СМИ в соцсетях					<b>9</b>			<b>9</b>
Экзамен								<b>36</b>
Итого за 6 семестр	<b>2</b>			<b>6</b>	<b>100</b>			<b>144</b>

### СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Наименование темы	Содержание раздела дисциплины
Тема 1. Веб-аналитика – инструмент анализа аудитории сайта СМИ	Веб-аналитика как инструмент и основа грамотного анализа характеристик аудитории сайта СМИ, развития интернет-ресурса, интеграции его с социальными сетями. Специфика анализа статистики посещаемости сайтов СМИ, источников трафика. Составление регулярных отчетов по периодам и темам. Выявление проблем с индексацией и посещаемостью сайта, навигацией, дизайном и интерфейсом с помощью веб-аналитики.
Тема 2. Принципы работы систем статистики интернет-сайтов	Счетчики, мониторинг аудитории, цитируемости, трафика: системы статистики Liveinternet, Яндекс.Метрика, Rambler Top100, Top.mail.ru, GoogleAnalytics. Плюсы и минусы каждой системы статистики. Сравнение сервисов статистики. Тренировка в определении и сравнении параметров аудитории сайтов СМИ на примере СМИ с открытой статистикой: «Эхо Москвы», Лента.ру и др.
Тема 3. Правила оформления материалов на сайте	Правила оформления материалов на сайте для эффективной индексации в поисковых системах. Понятие SEO-оптимизации, навигации, интерфейса, перелинковки материалов. Роль ключевых слов в заголовках, лидах, тексте для появления материалов в топе поисковой выдачи Яндекса и Google. Типичные ошибки российских СМИ при размещении материалов, вышедших на основных, традиционных и первичных для них платформах (бумага, радио- и телеэфир), на интернет-сайте.
Тема 4. Создание, подбор, обработка, архивация фото- и видеоконтента для сайта	Принципы создания, подбора, обработки фото- и видеоконтента для сайта: содержание, технические параметры, копирайт, работа с фотоагентствами. Принципы классификации и архивации контента во внутренних редакционных базах данных. Создание баз данных на серверном пространстве и в системе администрирования. Авторское право и последствия его нарушения для СМИ. Правила работы с фотоагентствами (ТАСС, РИА «Новости» (МИА «Сегодня», Reuters), фотографами. Сервисы бесплатного фотоконтента: стоки, лицензия Creative Commons (ccsearch.creativecommons.org, flickr.com, pixabay.com и др.).
Тема 5. Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете	Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете: баннерообменные сети, партнерский обмен трафиком, платная реклама, rss-ленты для новостных агрегаторов (Яндекс.Новости, GoogleNews). Правила сотрудничества с Базой СМИ Яндекс.Новостей – договор, создание RSS-фида, правила индексации, последствия зависимости от новостных агрегаторов. Социальные сети как важнейшая платформа трансляции контента. Специфика общения с аудиторией СМИ в разных соцсетях.
Тема 6. Планирование и создание мультимедийного репортажа	Принципы планирования и создания мультимедийного репортажа: технические и программные инструменты для передачи информации в редакцию, прямая трансляция с места события, специфика компоновки разных типов контента для редакционных медиаплатформ. Применительно к рекламным публикациям мультимедийность – сопровождение передаваемой в редакцию (или прямо на сайт) и оформляемой там информации фотографиями, видео, аудиофайлами, инфографикой. В сложившейся российской практике СМИ мультимедийный репортаж больше ассоциируется с событиями, освещаемыми прежде всего в режиме реального времени – мультимедийной оперативной онлайн-трансляцией.

	<p>В него на сайте СМИ встраивается всё остальное — виджет прямой видеотрансляции с места события, видеосюжет, фотографии, фотогалереи, аудиофайлы с комментариями, посты из социальных сетей с помощью iframe-кодов, графики.</p> <p>Прямая видеотрансляция как стержень мультимедийного репортажа.</p> <p>Технологическое оснащение пиарщика, организационные особенности работы «в поле» на прямой трансляции.</p>
Тема 7. Мониторинг, фактчекинг, интеграция контента из социальных сетей на сайт СМИ	<p>Основы мониторинга и фактчекинга информации для онлайн-трансляции, механизмы интеграции контента из социальных сетей на сайт СМИ. В условиях прямой трансляции на сайт (особенно в чрезвычайных ситуациях) самым оперативным способом обновления страницы с репортажем является встраивание постов из соцсетей с помощью iframe-кодов. Аккаунты известных ньюсмейкеров, участников и свидетелей событий как источники информации для СМИ.</p>
Тема 8. Создание и ведение официальных страниц и аккаунтов СМИ в социальных сетях	<p>Принципы создания и ведения официальных страниц и аккаунтов СМИ в социальных сетях (Facebook, «ВКонтакте», «Твиттер», Youtube, Instagram). Инструкции и гайд-буки редакций по работе с социальными сетями. Редакционная политика и стили ведения соцсетей. Сравнительный анализ стратегии работы зарубежных и российских СМИ в социальных медиа. Отличительные черты политики ведущих зарубежных СМИ (CNN, TheNewYorkTimes, BBC и др.) в социальных сетях.</p>
Тема 9. Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях	<p>Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях: встроенные и дополнительные сервисы постинга и аналитики, создание отчетов, оценка эффективности разного типа контента (текст, фото, видео, gif-формат)</p>
Тема 10. Мессенджеры как медиаплатформа для СМИ	<p>Мессенджеры как медиаплатформа для СМИ. Рост популярности мессенджеров для передачи общественно значимого (не только для личного пользования) медиаконтента (WhatsApp, Telegram). Рост популярности программ (приложений), созданных прежде всего для мобильных телефонов, предназначенных изначально для обмена информацией между пользователями с использованием интернет-связи – текстовыми сообщениями, фото, видео, аудио. Браузерные версии мессенджеров. Тренд смещения популярности от социальных сетей в сторону мессенджеров. Усталостью аудитории от публичности в социальных сетях. Принципы работы редакций с Telegram-каналом.</p>
Тема 11. Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop)	<p>Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop): принципы написания эффективных слоганов, правила загрузки в аккаунты социальных сетей, контроль действенности баннеров (отслеживание статистики, кликов, лайков, репостов). Дизайн брендированных шаблонов баннеров в формате psd для соцсетей в фирменном стиле СМИ для оперативного создания иллюстраций к постам.</p>
Тема 12. Рекламные форматы продвижения контента СМИ в соцсетях	<p>Рекламные форматы продвижения контента средств массовой информации в социальных сетях.</p> <p>Бюджеты и примеры рекламных кампаний. Продвижение эксклюзивных материалов, громких расследований, интервью с известными людьми, фото и видео. Создание объявления, поста, общие правила таргетирования целевой аудитории. Особенности рекламного продвижения в «Фейсбуке» и «ВКонтакте».</p>

### ЗАНЯТИЯ СЕМИНАРСКОГО ТИПА

(Практические занятия, Семинарские занятия, Лабораторные занятия)

Общие рекомендации по подготовке к семинарским занятиям. При подготовке к работе во время проведения занятий семинарского типа следует обратить внимание на следующие моменты: на процесс предварительной подготовки, на работу во время занятия, обработку полученных результатов, исправление полученных замечаний. Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия. Работа во время проведения занятия семинарского типа включает несколько моментов: а) консультирование обучающихся преподавателями с целью предоставления исчерпывающей информации, необходимой для самостоятельного выполнения предложенных преподавателем задач, б) самостоятельное выполнение заданий согласно обозначенной учебной программой тематики.

### **Тема 1. Веб-аналитика – инструмент анализа аудитории сайта СМИ**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Веб-аналитика как инструмент и основа грамотного анализа характеристик аудитории сайта СМИ, развития интернет-ресурса, интеграции его с социальными сетями.
2. Специфика анализа статистики посещаемости сайтов СМИ, источников трафика.

### **Тема 2. Принципы работы систем статистики интернет-сайтов**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Счетчики, мониторинг аудитории, цитируемости, трафика: системы статистики Liveinternet, Яндекс.Метрика, Rambler Top100, Top.mail.ru, GoogleAnalytics.

### **Тема 3. Правила оформления материалов на сайте**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Правила оформления материалов на сайте для эффективной индексации в поисковых системах.

### **Тема 4. Создание, подбор, обработка, архивация фото- и видеоконтента для сайта**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Принципы создания, подбора, обработки фото- и видеоконтента для сайта: содержание, технические параметры, копирайт, работа с фотоагентствами.
2. Создание баз данных на серверном пространстве и в системе администрирования.

### **Тема 5. Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете: баннерообменные сети, партнерский обмен трафиком, платная реклама, rss-ленты для новостных агрегаторов (Яндекс.Новости, GoogleNews).

### **Тема 6. Планирование и создание мультимедийного репортажа**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Принципы планирования и создания мультимедийного репортажа: технические и программные инструменты для передачи информации в редакцию, прямая трансляция с места события, специфика компоновки разных типов контента для редакционных медиаплатформ.

### **Тема 7. Мониторинг, фактчекинг, интеграция контента из социальных сетей на сайт СМИ**

#### ***Вопросы и/или задания***

1. Основы мониторинга и фактчекинга информации для онлайн-трансляции, механизмы интеграции контента из социальных сетей на сайт СМИ.

## Тема 8. Создание и ведение официальных страниц и аккаунтов СМИ в социальных сетях

### Вопросы и/или задания

1. Принципы создания и ведения официальных страниц и аккаунтов СМИ в социальных сетях (Facebook, «ВКонтакте», «Твиттер», Youtube, Instagram).

## Тема 9. Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях

### Вопросы и/или задания

1. Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях: встроенные и дополнительные сервисы постинга и аналитики, создание отчетов, оценка эффективности разного типа контента (текст, фото, видео, gif-формат)

## Тема 10. Мессенджеры как медиаплатформа для СМИ

### Вопросы и/или задания

1. Мессенджеры как медиаплатформа для СМИ.

## Тема 11. Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop)

### Вопросы и/или задания

1. Дизайн брендированных шаблонов баннеров в формате psd для соцсетей в фирменном стиле СМИ для оперативного создания иллюстраций к постам.

## Тема 12. Рекламные форматы продвижения контента СМИ в соцсетях

### Вопросы и/или задания

1. Рекламные форматы продвижения контента средств массовой информации в социальных сетях.

## РАЗДЕЛ 5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

### САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наряду с чтением лекций и проведением семинарских занятий неотъемлемым элементом учебного процесса является *самостоятельная работа*. При самостоятельной работе достигается конкретное усвоение учебного материала, развиваются теоретические способности, столь важные для успешной подготовки и защиты выпускной работы бакалавра. Формы самостоятельной работы обучаемых могут быть разнообразными. Самостоятельная работа включает: изучение литературы, веб-ресурсов, оценку, обсуждение и рецензирование публикуемых статей; ответы на контрольные вопросы; решение задач; самотестирование. Выполнение всех видов самостоятельной работы увязывается с изучением конкретных тем.

### *Самостоятельная работа*

Наименование разделов/ тем	Виды занятий для самостоятельной работы
Тема 1. Веб-аналитика – инструмент анализа аудитории сайта СМИ	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 2. Принципы работы систем статистики интернет-сайтов	выполнение устных упражнений
Тема 3. Правила оформления материалов на сайте	выполнение письменных упражнений и практических работ

<b>Наименование разделов/ тем</b>	<b>Виды занятий для самостоятельной ра- боты</b>
Тема 4. Создание, подбор, обработка, архивация фото- и видеоконтента для сайта	подготовка рефератов (докладов), эссе, статей, тематических сообщений и выступлений, альбомов, схем, таблиц, слайдов, выполнение иных практических заданий
Тема 5. Методы и специфика продвижения контента СМИ в интернете	выполнение творческих работ
Тема 6. Планирование и создание мультимедийного репортажа	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 7. Мониторинг, фактчекинг, интеграция контента из социальных сетей на сайт СМИ	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 8. Создание и ведение официальных страниц и аккаунтов СМИ в социальных сетях	выполнение творческих работ
Тема 9. Анализ статистических данных присутствия СМИ в социальных сетях	усвоение изучаемого материала по рекомендуемой учебной, учебно- методической и научной литературе и/или по конспекту лекции
Тема 10. Мессенджеры как медиаплатформа для СМИ	выполнение устных упражнений
Тема 11. Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop)	выполнение письменных упражнений и практических работ
Тема 12. Рекламные форматы продвижения контента СМИ в соцсетях	выполнение творческих работ

### **5.1. Примерные темы эссе<sup>1</sup>**

1. Создание баннеров для соцсетей с помощью графических редакторов (Photoshop): принципы написания эффективных слоганов, правила загрузки в аккаунты социальных сетей, контроль действенности баннеров (отслеживание статистики, кликов, лайков, репостов).
2. Дизайн брендированных шаблонов баннеров в формате psd для соцсетей в фирменном стиле СМИ для оперативного создания иллюстраций к постам.
3. Рекламные форматы продвижения контента средств массовой информации в социальных сетях.
4. Бюджеты и примеры рекламных кампаний.
5. Продвижение эксклюзивных материалов, громких расследований, интервью с известными людьми, фото и видео.
6. Создание объявления, поста, общие правила таргетирования целевой аудитории.
7. Особенности рекламного продвижения в «Фейсбуке» и «ВКонтакте».

### **5.2. Примерные задания для практической работы**

1. Составить план продвижения контента сайта (желательно имеющего отношение к СМИ) в социальных сетях.
2. Провести комплекс мероприятий по продвижению какого-нибудь конкретного сайта (группы, страницы, аккаунта)

<sup>1</sup>Перечень тем не является исчерпывающим. Обучающийся может выбрать иную тему по согласованию с преподавателем.

3. Сделать анализ продвижения какого-нибудь или каких-нибудь (можно сравнительный) СМИ в социальных сетях или одной соцсети. Можно рассмотреть политику в социальных сетях иностранных и российских СМИ – сравнительный анализ.

В всех вариантах заданий понадобится отслеживать как посещаемость сайта, так и реакцию на продвижение в соцсетях (трафик оттуда, количество комментариев, репостов) с помощью счетчиков (систем статистики, которые были продемонстрированы во время занятий (<http://www.liveinternet.ru/>, <http://top.mail.ru/>, [http://top100.rambler.ru](http://top100.rambler.ru/), Яндекс. Метрика, если есть возможность – GoogleAnalytics). А также, если есть доступ как администратора групп, статистики внутри соцсетей.

4. Всесторонний анализ в виде отчета за какой-нибудь период трафика и качества аудитории сайта СМИ, лучше всего сравнительный.

5. Создание мультимедийного репортажа на любой платформе: сайт, блог, твиттер-репортаж, инстаграм-репортаж с мероприятия, прямая трансляция.

### 5.3. Примерные задания для практикума

*(Пример)*

**Предложено создать шаблон баннера для иллюстраций постов для официальных страниц СМИ в соцсетях.**

При создании представительств СМИ в соцсетях встает вопрос об их оформлении. Каждая соцсеть имеет свои параметры визуальных элементов. Но везде есть аватарка (значок, являющийся визуальным символом аккаунта и сопровождающий посты в соцсетях), почти везде есть шапка. Здесь важно понимать, что СМИ – это тоже продукт и что его подача и продвижение подчиняется общим законам единого брендинга. Редакция может быть и маленькая, но логотип у СМИ есть всегда, фирменные цвета есть всегда. Идеальный вариант – сделать комплект шапок и аватарок в едином дизайне. В фирменном стиле рекомендовано разработать и шаблоны иллюстраций (баннеров), которыми будет сопровождаться текст постов. Этим путем идут не все средства массовой информации. Некоторые предпочитают выставлять реальные фото. Другие эти иллюстрации помечают своим лого в стиле водяного знака, ограничивая размер (чтобы не заимствовали бесплатно — так делают часто агентства, например, Reuters в Instagram). Есть медиа, которые рисуют несколько форматов шаблонов с постоянными элементами: место под фото, под текст (слоган), логотип издания, домен, а также под графические элементы дизайна основной медиаплощадки. В фирменном стиле хорошо бы разработать и шаблоны иллюстраций (баннеров), которыми будет сопровождаться текст постов. Этим путем идут не все средства массовой информации. Некоторые предпочитают выставлять реальные фото. Другие эти иллюстрации помечают своим лого в стиле водяного знака, ограничивая размер (чтобы не заимствовали бесплатно — так делают часто агентства, например, Reuters в Instagram). Есть медиа, которые рисуют несколько форматов шаблонов с постоянными элементами: место под фото, под текст (слоган), логотип издания, домен, а также под графические элементы дизайна основной медиаплощадки.

Наличие шаблона с элементами фирменного стиля СМИ спасает в ситуациях, когда нужно выпустить срочную новость. Breakingnews не могут ждать, пока в агентствах появятся фотографии и их можно будет купить. При таких обстоятельствах за считанные минуты заполняется «рыба» в фоторедакторе. Здесь главное — текст новости. Фон – как правило, темный, может быть однотонный, или градиент, или какая-нибудь текстура, сделанная с помощью графического редактора. Таким форматом в социальных сетях пользуется, например, ВВС. Из русскоязычных медиа наиболее активно — «Интерфакс» (у них много новостей, но нет производства своего фотоконтента), Meduza, телеканал «Дождь». Помимо срочных новостей, на таких «холстах» принято выставлять цитаты известных людей, ньюсмейкеров (TheNewYorkTimes) или статистические показатели (ВВС). Ничего лишнего, отвлекающего от

главного — значительного слова или значимой цифры. Настоятельно рекомендуем озадачиться таким «джентельменским набором» разных размеров для всех соцсетей, где есть страницы СМИ.

Настоятельно рекомендуем озадачиться таким «джентельменским набором» разных размеров для всех соцсетей, где есть страницы СМИ.

**Первый этап.** Определение структуры

**Второй этап.** Анализ иллюстративного материала ведущих зарубежных СМИ. Анализ текущей практики оформления постов в российских СМИ. Сравнение. Выявление сходства и различий в традициях.

**Третий этап.** Знакомство с основными инструментами «Фотошопа», необходимыми для создания шаблона баннера в формате psd.

**Четвертый этап.** Подбор всех необходимых для создания шаблона баннера дизайнерских элементов: логотип, фирменные цвета, шрифты, брендированные графические элементы (значки, линии и другая айдентика бренд-бука).

**Пятый этап.** Создание комплекта «холстов» нужных размеров (для каждой соцсети свои параметры). Формирование внешнего вида шаблона баннера с рабочими слоями.

**Шестой этап.** Выбор материала для анонсирования. Чтение. Написание вариантов текста для баннера. Обсуждение с преподавателем, выбор лучшего варианта с объяснением редакторской правки.

**Седьмой этап.** Подбор и обработка до нужного размера иллюстрации для баннера. Компановка баннера и сохранение в формате jpg или png.

**Восьмой этап.** Загрузка баннеров в реальные аккаунты соцсетей (если есть возможность). Написание текста поста.

**Девятый этап.** Контроль эффективности поста с баннером. Сбор и анализ статистики.

## **РАЗДЕЛ 6. ОЦЕНОЧНЫЕ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ ПО ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЕ (ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ) ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ**

### **6.1. Форма промежуточной аттестации обучающегося по учебной дисциплине**

В процессе освоения учебной дисциплины для оценивания сформированности требуемых компетенций используются оценочные материалы (фонды оценочных средств), представленные в таблице

<b>Индикаторы компетенций в соответствии с основной образовательной программой</b>	<b>Типовые вопросы и задания</b>	<b>Примеры тестовых заданий</b>
ПК-9 Способен осуществлять поиск и отбор организаций, осуществляющих разработку и размещение рекламных материалов, необходимых для продвижения продукции СМИ, продвижение интернет-сайта продукции СМИ в поисковых системах		
ИПК-9.1.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
ИПК-9.2.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины

ИПК-9.3.	П. 6.2 настоящей рабочей программы дисциплины	П. 6.3 настоящей рабочей программы дисциплины
----------	---	---

## 6.2. Типовые вопросы и задания

### Перечень вопросов

1. Методология оценки эффективности работы сайта СМИ
2. Технологии и интернет-сервисы для анализа аудитории сайтов СМИ
3. Роль соцсетей в работе пиарщиков.
4. Принципы редакционной политики в социальных сетях
5. «Фейсбук» как самая политизированная соцсеть в России и методы работы редакторов с ней
6. «ВКонтакте» как самая массовая соцсеть в России. Что важно для СМИ?
7. «Твиттер» как самая оперативная платформа для распространения актуальных новостей и эксклюзивной информации
8. «Инстаграм» – соцсеть для визуального контента?
9. Рекламные возможности социальных сетей для СМИ
10. Алгоритм и план работы с соцсетями
11. Мультимедийный репортаж: уместность, трудоемкость, резонанс
12. Специфика графики СМИ для соцсетей
13. Авторское право при работе с сайтом СМИ и официальными пабликами СМИ в соцсетях
14. Правила оформления контента СМИ на сайте: ключевые слова, перелинковка, визуальный контент
15. Новые форматы и платформы для СМИ: мессенджеры, 360-градусное видео, live, инфографика, gif-формат

## 6.3. Примерные тестовые задания

Полный банк тестовых заданий для проведения компьютерного тестирования находятся в электронной информационной образовательной среде и включает более 60 заданий из которых в случайном порядке формируется тест, состоящий из 20 заданий.

Компетенции	Типовые вопросы и задания
ПК-9	<p><b>1.</b> Мультимедиа - это ...</p> <p>а) объединение в одном документе звуковой, музыкальной и видео-информации, с целью имитации воздействия реального мира на органы чувств</p> <p>б) постоянно работающая программа, облегчающая работу в неграфической операционной системе</p> <p>в) программа "хранитель экрана", выводящая во время долгого простоя компьютера на монитор какую-нибудь картинку или ряд анимационных изображений</p> <p>г) терминальное соединение по коммутируемому телефонному каналу</p> <p><b>2.</b> Важная особенность мультимедиа технологии является:</p> <p>а) анимация</p> <p>б) многозадачность</p> <p>в) интерактивность</p> <p>г) оптимизация</p>

	<p><b>3.</b> В чем состоит разница между слайдами презентации и страницами книги?</p> <p>а) переход между слайдами осуществляется с помощью управляющих объектов</p> <p>б) на слайдах кроме текста могут содержаться мультимедийные объекты</p> <p>в) нет правильного ответа</p> <p>г) в количестве страниц</p>
--	---

## 6.4. Оценочные шкалы

### 6.4.1. Оценивание текущего контроля

Целью проведения текущего контроля является достижение уровня результатов обучения в соответствии с индикаторами компетенций.

Текущий контроль может представлять собой письменные индивидуальные задания состоящие из 5/3 вопросов или в форме тестовых заданий по изученным темам до проведения промежуточной аттестации. Рекомендованный планируемый период проведения текущего контроля за 6/3 недели до промежуточной аттестации.

#### Шкала оценивания при тестировании

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-70%

#### Шкала оценивания при письменной работе

Оценка	Критерии выставления оценки
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>

### 6.4.2. Оценивание самостоятельной письменной работы (контрольной работы, эссе)

При оценке учитывается:

1. Правильность оформления
2. Уровень сформированности компетенций.
3. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
4. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
5. Логика, структура и грамотность изложения письменной работы.
6. Полнота изложения материала (раскрытие всех вопросов)

7. Использование необходимых источников.
8. Умение связать теорию с практикой.
9. Умение делать обобщения, выводы.

#### **Шкала оценивания контрольной работы и эссе**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Зачтено	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Не зачтено	Обучающийся демонстрирует: <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу</li> </ul>

#### **6.4.3. Оценивание ответов на вопросы и выполнения заданий промежуточной аттестации**

При оценке знаний учитывается уровень сформированности компетенций:

1. Уровень усвоения теоретических положений дисциплины, правильность формулировки основных понятий и закономерностей.
2. Уровень знания фактического материала в объеме программы.
3. Логика, структура и грамотность изложения вопроса.
4. Умение связать теорию с практикой.
5. Умение делать обобщения, выводы.

#### **Шкала оценивания на экзамене**

<b>Оценка</b>	<b>Критерии выставления оценки</b>
Отлично	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать глубокое и прочное усвоение знаний программного материала;</li> <li>- исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно изложить теоретический материал;</li> <li>- правильно формулировать определения;</li> <li>- продемонстрировать умения самостоятельной работы с литературой;</li> <li>- уметь сделать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Хорошо	Обучающийся должен: <ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать достаточно полное знание программного материала;</li> <li>- продемонстрировать знание основных теоретических понятий;</li> <li>- достаточно последовательно, грамотно и логически стройно излагать материал;</li> <li>- продемонстрировать умение ориентироваться в литературе;</li> <li>- уметь сделать достаточно обоснованные выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>
Удовлетворительно	Обучающийся должен:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- продемонстрировать общее знание изучаемого материала;</li> <li>- показать общее владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- уметь строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- знать основную рекомендуемую программой учебную литературу.</li> </ul>
Неудовлетворительно	<p>Обучающийся демонстрирует:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- незнание значительной части программного материала;</li> <li>- не владение понятийным аппаратом дисциплины;</li> <li>- существенные ошибки при изложении учебного материала;</li> <li>- неумение строить ответ в соответствии со структурой излагаемого вопроса;</li> <li>- неумение делать выводы по излагаемому материалу.</li> </ul>

#### 6.4.4. Тестирование

##### Шкала оценивания

Оценка	Критерии выставления оценки
Отлично	Количество верных ответов в интервале: 71-100%
Хорошо	Количество верных ответов в интервале: 56-70%
Удовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 41-55%
Неудовлетворительно	Количество верных ответов в интервале: 0-40%
Зачтено	Количество верных ответов в интервале: 41-100%
Не зачтено	Количество верных ответов в интервале: 0-40%

#### 6.5. Методические материалы, определяющие процедуру оценивания сформированных компетенций в соответствии с ООП

Качество знаний характеризуется способностью обучающегося точно, структурированно и уместно воспроизводить информацию, полученную в процессе освоения дисциплины, в том виде, в котором она была изложена в учебном издании или преподавателем.

Умения, как правило, формируются на занятиях семинарского типа. Задания, направленные на оценку умений, в значительной степени требуют от обучающегося проявления стереотипности мышления, т.е. способности выполнить работу по образцам, с которыми он работал в процессе обучения. Преподаватель же оценивает своевременность и правильность выполнения задания.

Навыки можно трактовать как автоматизированные умения, развитые и закрепленные осознанным самостоятельным трудом. Навыки формируются при самостоятельном выполнении обучающимися практико-ориентированных заданий, моделирующих решение им производственных и социокультурных задач в соответствующей области профессиональной деятельности, как правило, при выполнении домашних заданий, курсовых проектов (работ), научно-исследовательских работ, прохождении практик, при работе индивидуально или в составе группы и т.д.

Устный опрос – это процедура, организованная как специальная беседа преподавателя с группой обучающихся (фронтальный опрос) или с отдельными обучающимися (индивидуальный опрос) с целью оценки сформированности у них основных понятий и усвоения учебного материала. Устный опрос может использоваться как вид контроля и метод оценивания формируемых компетенций (как и качества их формирования) в рамках самых разных форм контроля, таких как: собеседование, коллоквиум, зачет, экзамен по дисциплине. Устный опрос (УО) позволяет оценить знания и кругозор обучающегося, умение логически построить ответ, владение монологической речью и иные коммуникативные навыки. УО обладает большими возможностями воспитательного воздействия преподавателя. Воспитательная функция УО имеет ряд важных аспектов: профессионально-этический и нравственный аспекты, дидакти-

ческий (систематизация материала при ответе, лучшее запоминание материала при интеллектуальной концентрации), эмоциональный (радость от успешного прохождения собеседования) и др. Обучающая функция УО состоит в выявлении деталей, которые по каким-то причинам оказались недостаточно осмысленными в ходе учебных занятий и при подготовке к зачёту или экзамену. УО обладает также мотивирующей функцией: правильно организованные собеседование, коллоквиум, зачёт и экзамен могут стимулировать учебную деятельность студента, его участие в научной работе.

Тесты являются простейшей формой контроля, направленной на проверку владения терминологическим аппаратом, современными информационными технологиями и конкретными знаниями в области фундаментальных и прикладных дисциплин. Тест может предоставлять возможность выбора из перечня ответов (один или несколько правильных ответов).

Семинарские занятия. Основное назначение семинарских занятий по дисциплине – обеспечить глубокое усвоение обучающимися материалов лекций, прививать навыки самостоятельной работы с литературой, воспитывать умение находить оптимальные решения в условиях изменяющихся отношений, формировать современное профессиональное мышление обучающихся. На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний, умений, определяет уровень сформированности компетенций.

Профессионально-ориентированное эссе – это средство, позволяющее оценить умение обучающегося письменно излагать суть поставленной проблемы, самостоятельно проводить анализ этой проблемы с использованием аналитического инструментария соответствующей дисциплины, делать выводы, обобщающие авторскую позицию по поставленной профессионально-ориентированной проблеме.

Ситуационный анализ (кейс) – это комплексный анализ ситуации, имевший место в реальной практике профессиональной деятельности специалистов. Комплексный анализ включает в себя следующие составляющие: причинно-следственный анализ (установление причин, которые привели к возникновению данной ситуации, и следствий ее развертывания), системный анализ (определение сущностных предметно-содержательных характеристик, структуры ситуации, ее функций и др.), ценностно-мотивационный анализ (построение системы оценок ситуации, ее составляющих, выявление мотивов, установок, позиций действующих лиц); прогностический анализ (разработка перспектив развития событий по позитивному и негативному сценарию), рекомендательный анализ (выработка рекомендаций относительно поведения действующих лиц ситуации), программно-целевой анализ (разработка программ деятельности для разрешения данной ситуации).

Творческое задание – это частично регламентированное задание, имеющее нестандартное решение и позволяющее диагностировать умения интегрировать знания различных научных областей, аргументировать собственную точку зрения, доказывать правильность своей позиции. Может выполняться в индивидуальном порядке или группой обучающихся.

## **Раздел 7. Методические указания для обучающихся по основанию дисциплины**

Освоение обучающимся учебной дисциплины предполагает изучение материалов дисциплины на аудиторных занятиях и в ходе самостоятельной работы. Аудиторные занятия проходят в форме лекций, семинаров и практических занятий. Самостоятельная работа включает разнообразный комплекс видов и форм работы обучающихся.

Для успешного освоения учебной дисциплины и достижения поставленных целей необходимо внимательно ознакомиться с настоящей рабочей программы учебной дисциплины. Следует обратить внимание на список основной и дополнительной литературы, которая имеется в электронной библиотечной системе Университета. Эта информация необходима для самостоятельной работы обучающегося.

При подготовке к аудиторным занятиям необходимо помнить особенности каждой формы его проведения.

Подготовка к учебному занятию лекционного типа. С целью обеспечения успешного обучения обучающийся должен готовиться к лекции, поскольку она является важнейшей формой организации учебного процесса, поскольку: знакомит с новым учебным материалом; разъясняет учебные элементы, трудные для понимания; систематизирует учебный материал; ориентирует в учебном процессе.

С этой целью: внимательно прочитайте материал предыдущей лекции; ознакомьтесь с учебным материалом по учебнику и учебным пособиям с темой прочитанной лекции; внесите дополнения к полученным ранее знаниям по теме лекции на полях лекционной тетради; запишите возможные вопросы, которые вы зададите лектору на лекции по материалу изученной лекции; постарайтесь уяснить место изучаемой темы в своей подготовке; узнайте тему предстоящей лекции (по тематическому плану, по информации лектора) и запишите информацию, которой вы владеете по данному вопросу

Предварительная подготовка к учебному занятию семинарского типа заключается в изучении теоретического материала в отведенное для самостоятельной работы время, ознакомление с инструктивными материалами с целью осознания задач занятия.

Самостоятельная работа. Для более углубленного изучения темы задания для самостоятельной работы рекомендуется выполнять параллельно с изучением данной темы. При выполнении заданий по возможности используйте наглядное представление материала.

Подготовка к зачету, экзамену. К зачету, экзамену необходимо готовится целенаправленно, регулярно, систематически и с первых дней обучения по данной дисциплине. Попытки освоить учебную дисциплину в период зачетно-экзаменационной сессии, как правило, приносят не слишком удовлетворительные результаты. При подготовке к зачету обратите внимание на защиту практических заданий на основе теоретического материала. При подготовке к экзамену по теоретической части выделите в вопросе главное, существенное (понятия, признаки, классификации и пр.), приведите примеры, иллюстрирующие теоретические положения.

### **7.1. Методические рекомендации по написанию эссе**

Эссе (от французского *essai* – опыт, набросок) – жанр научно-публицистической литературы, сочетающей подчеркнуто-индивидуальную позицию автора по конкретной проблеме.

Главными особенностями, которые характеризуют эссе, являются следующие положения:

- собственная позиция обязательно должна быть аргументирована и подкреплена ссылками на источники, авторитетные точки зрениями и базироваться на фундаментальной науке. Небольшой объем (4–6 страниц), с оформленным списком литературы и сносками на ее использование;
- стиль изложения – научно-исследовательский, требующий четкой, последовательной и логичной системы доказательств; может отличаться образностью, оригинальностью, афористичностью, свободным лексическим составом языка;
- исследование ограничивается четкой, лаконичной проблемой с выявлением противоречий и разрешением этих противоречий в данной работе.

### **7.2. Методические рекомендации по использованию кейсов**

Кейс-метод (Case study) – метод анализа реальной ситуации, описание которой временно отражает не только какую-либо практическую проблему, но и актуализирует определенный комплекс знаний, который необходимо усвоить при разрешении данной проблемы. При этом сама проблема не имеет однозначных решений.

Кейс как метод оценки компетенций должен удовлетворять следующим требованиям:

- соответствовать четко поставленной цели создания;
- иметь междисциплинарный характер;
- иметь достаточный объем первичных и статистических данных;
- иметь соответствующий уровень сложности, иллюстрировать типичные ситуации, иметь актуальную проблему, позволяющую применить разнообразные методы анализа при поиске решения, иметь несколько решений.

Кейс-метод оказывает содействие развитию умения решать проблемы с учетом конкретных условий и при наличии фактической информации. Он развивает такие квалификационные характеристики, как способность к проведению анализа и диагностики проблем, умение четко формулировать и высказывать свою позицию, умение общаться, дискутировать, воспринимать и оценивать информацию, которая поступает в вербальной и невербальной форме.

### **7.3. Требования к компетентностно-ориентированным заданиям для демонстрации выполнения профессиональных задач**

Компетентностно-ориентированное задание – это всегда практическое задание, выполнение которого нацелено на демонстрирование доказательств наличия у обучающихся общекультурных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций, знаний, умений, необходимых для будущей профессиональной деятельности.

Компетентностно-ориентированные задания бывают разных видов:

- направленные на подготовку конкретного практико-ориентированного продукта (анализ документов, текстов, критика, разработка схем и др.);
- аналитического и диагностического характера, направленные на анализ различных аспектов и проблем;
- связанные с выполнением основных профессиональных функций (выполнение конкретных действий в рамках вида профессиональной деятельности, например, формулирование целей миссии, и т. п.).

## **РАЗДЕЛ 8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ***Основная литература<sup>2</sup>***

Катунин Г.П. Основы мультимедийных технологий [Электронный ресурс] : учебное пособие / Г.П. Катунин. — Электрон.текстовые данные. — Саратов: Вузовское образование, 2017. — 793 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-906172-07-5. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/60184.html>

### ***Дополнительная литература<sup>3</sup>***

Большева С.А. Медиапредприятие в условиях конвергенции (на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь») [Электронный ресурс] : учебно-методическое пособие / С.А. Большева, А.С. Юферева. — Электрон.текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 108 с. – ЭБС «IPRsmart». — 978-5-7996-1854-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65943.html>

### **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине**

#### ***Интернет-ресурсы, современные профессиональные базы данных, информационно-справочные и поисковые системы***

ЭБС IPRsmart <http://www.iprbookshop.ru>

УМО по классическому университетскому образованию России <http://www.umo.msu.ru>

Министерство образования и науки Российской Федерации <http://mon.gov.ru>

Правотека.ру. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа :

<http://www.pravoteka.ru/>

Российская национальная библиотека. – Б.г. – Доступ к данным: Открытый. – Режим доступа : <http://www.nlr.ru/>

---

<sup>2</sup> Из ЭБС университета

<sup>3</sup> Из ЭБС университета

Электронная библиотека Gaudeamus : бесплатные полнотекстовые pdf-учебники студентам. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.gaudeamus.omskcity.com/>

Электронная образовательная библиотека IQlib. – Б.г. – Доступ к данным: открытый. – Режим доступа : <http://www.iqlib.ru/>

### **Комплект лицензионного программного обеспечения**

Microsoft Open Value Subscription для решений Education Solutions № Tr000544893 от 21.10.2020 г. MDE Windows, Microsoft Office и Office Web Apps. (срок действия до 01.11.2023 г.)

Антивирусное программное обеспечение ESET NOD32 Antivirus Business Edition договор № ИС00-006348 от 14.10.2022 г. (срок действия до 13.10.2025 г.)

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

Комплект онлайн сервисов GNU ImageManipulationProgram, свободно распространяемое программное обеспечение

### ***Программное обеспечение отечественного производства:***

Программное обеспечение «Мираполис» система вебинаров - Лицензионный договор 244/09/16-к от 15.09.2016 (Спецификация к Лицензионному договору 244/09/16-к от 15.09.2016, от 11.05.2022 г.) (срок действия до 10.07.2023 г.)

Электронная информационно-образовательная среда «1С: Университет» договор от 10.09.2018 г. №ПРКТ-18281 (бессрочно)

Информационная система «ПервыйБит» сублицензионный договор от 06.11.2015 г. №009/061115/003 (бессрочно)

Система тестирования Indigo лицензионное соглашение (Договор) от 08.11.2018 г. №Д-54792 (бессрочно)

Информационно-поисковая система «Консультант Плюс» - договор об информационно поддержке от 26.12.2014, (бессрочно)

Электронно-библиотечная система IPRsmart лицензионный договор от 01.09.2022 г. №9489/22С (срок действия до 31.08.2024 г.)

Научная электронная библиотека eLIBRARY лицензионный договор SCIENC INDEX № SIO -3079/2022 от 12.01.2022 г. (срок действия до 27.01.2024 г.)

## **РАЗДЕЛ 9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА**

Для изучения учебной дисциплины в рамках реализации основной профессиональной образовательной программы используются:

**Учебная аудитория для занятий лекционного типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

**Учебная аудитория для занятий семинарского типа** оснащена специализированной мебелью (столы, стулья, доска аудиторная), стол преподавателя, стул преподавателя, доска аудиторная маркерная, наглядные плакаты); техническими средствами обучения (персональный компьютер – 1 шт., с выходом к сети «Интернет» и доступом в Электронную информационно-образовательную среду организации; мультимедийное оборудование (проектор – 1 шт., экран – 1 шт.).

### **Помещения для самостоятельной работы обучающихся:**

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 11 шт.

Кабинет для самостоятельной работы обучающихся :

Оборудование кабинета: мебель аудиторная (столы, стулья), персональные компьютеры с возможностью подключения к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» и обеспечением доступа в Электронную информационно-образовательную среду организации 10 шт.