

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ТЕХНОЛОГИЯ СОЗДАНИЯ МЕДИАПРОДУКТА
В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИЯХ

Направление подготовки 45.04.01 Филология

Направленность (профиль) Филологическое обеспечение СМИ

Квалификация выпускника магистр

Форма обучения очная

Протокол заседания кафедры от «24» июня 2024 г. протокол № 11.

Протокол ученого совета филологического факультета от «30» августа 2024 г. протокол № 1.

Москва 2024 год

Разработчик:

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

1. Цель освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование у обучающихся способностей к успешной профессиональной деятельности в интернет-коммуникациях.

2. Место дисциплины в структуре ОПОП

В соответствии с учебным планом по направлению подготовки 45.04.01 Филология, дисциплина «Технология создания медиапродукта в интернет-коммуникациях» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, и входит в состав дисциплин по выбору (Б1.В.ДВ.01.02).

Освоение дисциплины предполагает изучение социально-культурных предпосылок возникновения интернет-коммуникаций, этапов их развития в медиаиндустрии; рассмотрение структуры работы конвергентной редакции, специфики новых онлайн-форматов и новых каналов трансляции медиаконтента, особенностей производства современных медиапродуктов; овладение навыками организации интерактивного общения со своей аудиторией в разных формах, установления коммуникативно-информационных связей посредством использования различных медийных средств и новейших цифровых технологий.

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

В процессе изучения дисциплины формируются следующие компетенции:

| Код и наименование компетенции | Код и наименование индикатора достижения компетенции (ИДК) | Результаты обучения по дисциплине | | |
|---|--|---|---|--|
| | | Знать | уметь | владеть |
| УК-1 - Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий | УК-1.4 - Способен генерировать новые идеи для решения профессиональных задач, выдвигать альтернативные варианты действий (в том числе с использованием цифровых средств) | Знать различные подходы к решению проблемных ситуаций, в том числе системный и дисциплинарный | Уметь использовать содержательно аргументированные стратегии при решении проблемных ситуаций | Владеть навыками критического анализа и решения проблемных ситуаций |
| УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла | УК-2.1 - Разрабатывает концепцию проекта в рамках обозначенной проблемы, формулируя цель, задачи, актуальность, значимость (научную, | Знать ключевые понятия и термины теоретико-методологической базы в области проектирования | Уметь разрабатывать концептуальный план различных типов проектов в рамках обозначенной проблемы; корректно формулировать цель, задачи, актуальность, значимость (научную, практическую, методическую и иную | Владеть навыками создания проектов в различных сферах, в частности, в медиасфере |

| | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | практическую, методическую и иную в зависимости от типа проекта), ожидаемые результаты и возможные сферы их применения | | в зависимости от типа проекта; прогнозировать ожидаемые результаты и определять возможные сферы их применения | |
| УК-4 - Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия | УК-4.3 - Использует сеть Интернет и социальные сети в процессе учебной и академической профессиональной коммуникации | Знать специфику и виды современных информационных технологий | Уметь создавать продукты различных жанров и форматов, актуализируемых в профессиональной деятельности, в том числе в условиях межкультурного взаимодействия | Владеть навыками создания продуктов разных жанров и форматов, функционирующих в письменной и устной профессиональной коммуникации |
| ОПК-3 - Способен владеть широким спектром методов и приемов филологической работы с различными типами текстов | ОПК-3.2 - Применяет современные цифровые технологии для сбора, обработки текстовых данных | Знать основы филологического анализа текстов разных жанров и стилей | Уметь применять широкий спектр методов и приемов при работе с различными типами текстов | Владеть навыками работы с текстом в научной, педагогической, журналистской, прикладной и других видах деятельности |
| | ОПК-3.3 - Имеет опыт презентации полученных знаний, результатов исследований, разработанных проектов (в том числе с использованием цифровых технологий) | Знать специфику, сходства и различия лингвистического и литературоведческого анализа текстов разных жанров и стилей | Уметь применять широкий спектр методов и приемов при осуществлении лингвистического и литературоведческого анализа текстов разных жанров и стилей | Владеть навыками работы с текстом в избранной области филологии |
| ПК-2 - Способен осуществлять деятельность по созданию и редактированию текстового контента для различных типов медиа | ПК-2.3 - Создает, анализирует и редактирует мультимедийный и текстовый контент для различных типов медиа | Знать специфику, формат и жанры современных мультимедийных продуктов | Уметь создавать и редактировать креолизованные тексты для различных типов медиа | Владеть навыками анализа, создания и редактирования медиаконтента с применением современных цифровых технологий |

4. Объем, структура и содержание дисциплины

4.1. Трудоемкость дисциплины

| Вид учебной работы | очная форма обучения |
|---|----------------------|
| | 3 семестр |
| Общая трудоемкость по учебному плану (з.е.) | 4 |
| Количество часов по учебному плану (час.) | 144 |
| Контактная работа (всего) | |
| В том числе: | |
| Лекции | 8 |
| Практические занятия | 24 |
| Лабораторные работы | |
| Самостоятельная работа (всего) | 110 |
| Форма промежуточной аттестации зачет | 2 |

4.2. Структура и содержание дисциплины

| Наименование и краткое содержание разделов дисциплины | Количество часов по учебному плану | Контактная работа (часы), из них | | | Самостоятельная работа | Форма промежуточной аттестации | Формы текущего контроля успеваемости |
|---|------------------------------------|----------------------------------|----------------------|---------------------|------------------------|--------------------------------|--------------------------------------|
| | | Лекции | Практические занятия | Лабораторные работы | | | |
| | Очная форма | Очная форма | Очная форма | Очная форма | Очная форма | Очная форма | Очная форма |
| 1. Основы интернет-журналистики: ключевые понятия и векторы развития. | 14 | - | 4 | | 10 | | УО |
| 2. Современный медиапродукт в Интернете: формат, специфика, виды, создатели и потребители | 26 | 2 | 4 | | 20 | | УО, Т |
| 3. Этапы медиапроизводства в интернет-коммуникациях | 30 | 2 | 8 | | 20 | | УО |
| 4. Интернет-платформы и сервисы для создания медиапродуктов | 26 | 2 | 4 | | 20 | | ИП |
| 5. Инструменты и технологии продвижения и брендинга медиапродукта в Интернете | 46 | 2 | 4 | | 40 | | УО, ИП, ГП |
| Форма промежуточной аттестации – зачет | 2 | | | | | 2 | |
| Итого | 144 | 8 | 24 | | 110 | 2 | |

Примечание:

Условные обозначения форм контроля: УО – устный опрос, ИП – индивидуальный проект, ГП – коллективный проект, Т – тестирование

5. Образовательные технологии

При реализации дисциплины «Технологии создания медиапродукта в интернет-коммуникациях» применяются следующие образовательные технологии:

- интерактивное обучение
- информационно-коммуникационные технологии (ДОТ, онлайн-обучение)
- технология геймификации (включение игровых элементов)
- технология взаимного обучения
- технология проблемного обучения
- кейс-технологии

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

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

6. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся

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

6.1. Список учебной литературы

Основная литература:

1. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика: Учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/534744> (дата обращения: 05.12.2024).

Дополнительная литература:

1. Зельдович, Б. З. Медиаменеджмент: Учебник для вузов / Б. З. Зельдович. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2024. — 293 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11729-5. — Текст: электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542662> (дата обращения: 05.12.2024).

6.2. Словари и справочники:

1. Большая Российская энциклопедия. - <https://old.bigenc.ru/> (Электронная версия издания с открытым доступом в Интернет)

6.3. Периодические издания:

1. Коммуникации. Медиа. Дизайн. - <https://cmd-journal.hse.ru/issue/archive> (Архив журнала со свободным доступом в Интернет)

6.4. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

Ресурсы сети Интернет, необходимые для изучения дисциплины:

| Наименование | Ссылка на ресурс | Доступность (свободный доступ/ ограниченный доступ) |
|----------------------------------|---|--|
| Информационно-справочные системы | | |
| Сделано.медиа | https://sdelano.media | Свободный |
| ИНФРА-М | http://znanium.com | Свободный |

| Электронно-библиотечные системы | | |
|---------------------------------|---|-----------------------|
| ЭБС Юрайт | https://urait.ru | Требуется регистрация |
| ЭБС IPR Smart | https://iprbookshop.ru | Требуется регистрация |

6.5. Содержание самостоятельной работы

| |
|--|
| <u>1. Основы интернет-журналистики: ключевые понятия и векторы развития.</u> |
| <u>Вопросы для самостоятельной работы:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Этапы становления и развития интернет-журналистики в России и за рубежом.2. Основные направления развития современных интернет-технологий.3. Конвергенция и трансмедийное повествование в современной медиасреде. |
| <u>Задания для самостоятельной работы:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Пользуясь специальными интернет-сервисами, составьте таймлайн («ленту времени»), показывающий в схематическом изображении этапы становления и развития интернет-журналистики в России и за рубежом.2. Пользуясь интернет-сервисом Screencastify, запишите фрагмент онлайн-лекции по интернет-журналистике. |
| <u>2. Современный медиапродукт в Интернете: формат, специфика, виды, создатели и потребители</u> |
| <u>Вопросы для самостоятельной работы:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Особенности медиаконтента в интернет-коммуникациях. Интерактивность и гипертекстуальность.2. Виды медиапродуктов в Интернете: к вопросу о классификации.3. Целевая аудитория медиапродуктов в Интернете. «Портрет пользователя». Методы исследования аудитории медиа: опросы, интервью, статистические показатели. Медиакит. Веб-аналитика.4. Новые акторы digital-среды. |
| <u>Задания для самостоятельной работы:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Выберите тематическое сообщество (паблик), канал или блог в социальных сетях, на видеохостингах. Проанализируйте его с точки зрения концепции и формата: визуальное оформление, особенности фото- и видеоконтента, целевая аудитория, применение конкурсных механик, рекламная составляющая, способы подачи информации, языковые особенности и т.п.2. Подготовьте гайд – памятку для работника интернет-коммуникаций в формате мультимедийных карточек. |
| <u>3. Этапы медиапроизводства в интернет-коммуникациях</u> |
| <u>Вопросы для самостоятельной работы:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Этапы работы над блогом. Технологические особенности создания блога. Презентация и продвижение блога.2. Этапы создания мультимедийного лонгрида. Сбор и обработка материала, генерирование фото-и видеоконтента, редакция и корректура текста, размещение на интернет-платформе.3. Этапы создания и продвижения телеграм-канала. Виды и способы подачи контента. Формирование аудитории подписчиков. |
| <u>Задания для самостоятельной работы:</u> <ol style="list-style-type: none">1. Создайте аннотированный каталог бесплатных (лицензионных) программных продуктов, приложений и интернет-сервисов для редактирования фото.2. Создайте аннотированный каталог бесплатных (лицензионных) программных продуктов, приложений и интернет-сервисов для редактирования видео. |
| <u>4. Интернет-платформы и сервисы для создания медиапродуктов</u> |

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Интернет-платформы и сервисы для создания инфографики. Scetch Notes, Free Note 7, Inkflow, Turbo ColLage – Photo Collage Maker for Mac&PC, Sutory, Miro, Timetoast, Timegraphics, Sigma.
2. Интернет-платформы и сервисы для создания и обработки фотоконтента. Adobe Photoshop.
3. Создание видео в программе Movavi. Нарезка видео и изменение скорости воспроизведения видео. Улучшение качества звука, удаление шумов. Работа со звуковой дорожкой в программе Movavi. Добавление титров, подписей. Разработка мультипликации в жанре Stop Motion.

Задания для самостоятельной работы:

1. Представьте, что Вы event-менеджер какого-либо медиахолдинга и Вам поручили оформление плаката-афиши связанного с ним мероприятия. Пользуясь специальными приложениями, создайте его в жанре скетчноутинга (визуальных заметок).
2. Создайте «облако тэгов» или «облако слов» в сервисах WordArt.com, Tagxedo.com, Wordle.net.
3. Объединившись в группы и распределив рабочие обязанности (креатор (идейный вдохновитель), контент-менеджер (сбор материала, контент-план), пишущий редактор, корректор, фотограф, оператор (монтажёр), создайте мультимедийный лонгрид в сервисах Tilda.cc, Storify.
4. Создайте интеллект-карту (майндмэп) с помощью сервисов Bubbl.us, Mindomo.com, SpiderScribe.net, Cacoо.com.

5. Инструменты и технологии продвижения и брендинга медиапродукта в Интернете

Вопросы для самостоятельной работы:

1. Основные технологические процессы производства и размещения рекламы медиапродукта в интернете. Контекстная реклама. Таргетированная реклама. Нативная реклама. Product placement.
2. Особенности SMM-продвижения. Монетизация медиапродукта в Интернете.

Задания для самостоятельной работы:

1. Представьте себя в роли сотрудника PR-отдела малоизвестного интернет-издания. Создайте мультимедийную презентацию, которая послужит рекламной кампанией вашего медиапродукта.
2. Создайте видеоролик, включив в его сюжет нативную рекламу какого-либо медиапродукта.

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

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

7.1. Текущий контроль успеваемости

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

7.1.1. Тематика и требования к структуре и содержанию докладов

Доклады по дисциплине не предусмотрены.

7.1.2. Тематика и требования к структуре и содержанию эссе

Эссе по дисциплине не предусмотрены.

7.1.3. Тематика и требования к структуре и содержанию рефератов

Рефераты по дисциплине не предусмотрены.

7.1.4. Требования к выполнению контрольных работ

Контрольные работы по дисциплине не предусмотрены.

7.1.5. Требования к выполнению тестов

Примерные вопросы для тестирования

| № п/п | Содержание задания | Шифр индикатора достижения компетенции (ИДК) | | | | | |
|-------|--|--|--------|--------|---------|---------|--------|
| | | УК-1.4 | УК-2.1 | УК-4.3 | ОПК-3.2 | ОПК-3.3 | ПК-2.3 |
| | Раздел 1. Основы интернет-журналистики: ключевые понятия и векторы развития. | | | | | | |
| 1 | Основателем сети Интернет принято считать: А) Стива Джобса Б) Дэниела Белла В) Тима Бернера Ли Г) Конрада Цузе | + | + | + | + | + | + |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2 | Какому ученому принадлежит знаменитое высказывание: «Медиа – это сообщение»? А) Д. Пирсон Б) Дж. Лакофф В) У Штраус Г) М. Маклюэн | + | + | + | + | + | + |
| 3 | Что из перечисленного не относится к характеристикам современного медиапродукта? А) Интерактивность Б) Мультимедийность В) Закрепленность социальных ролей «медиатор» - «медиапотребитель» Г) Трансмедийность Д) Закрытость жанровой системы | + | + | + | + | + | + |
| 4 | Перевод всей информации в цифровую форму, – это _____. | + | + | + | + | + | + |
| 5 | Способность краткого и красочного восприятия окружающего мира посредством короткого посыла, воплощенного в форме, аналогичной видеоклипу – это _____. | + | + | + | + | + | + |
| 6 | Процесс интеграции традиционных и новых медиа, который сопровождается дублированием контента и/или созданием альтернативных медиаплощадок, - это _____. | + | + | + | + | + | + |

Раздел 2. Современный медиапродукт в Интернете: формат, специфика, виды, создатели и потребители

| | | | | | | | |
|---|--|---|---|---|--|--|--|
| 7 | Что понимают под новыми медиа? а) любая медиапродукция, являющаяся интерактивной, и распространяемая цифровыми методами; б) телевизионная журналистика по отношению к печатной; в) социальные сети и мессенджеры | + | + | + | | | |
| 8 | В последнее время в сфере масс медиа часто используется термин «формат». Среди предложенных вариантов ответов выберите верное определение данного понятия. Формат – это... А) Разветвленная система межтекстовых связей Б) Любой медиапродукт или продукт коммуникации, который может быть включен в разные медийные структуры В) Устойчивое сочетание формальных признаков медиатекста с определенным содержанием Г) Термин, используемый для обозначения особого тона разговора с читателем, слушателем, который свойственен каждому конкретному средству массовой информации. | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---------------------|
| 9 | Назовите первое интернет-СМИ в России. | + | + | + | | | + | |
| 10 | Адаптация медиапродукта к конкретным людям, – это _____. | | | | + | + | + | |
| 11 | Распределите мультимедийные жанры по группам | + | + | + | + | + | + | |
| | 1) фоторепортаж, слайд-шоу, карикатура, инфографика | | | | | | | А) иллюстративные |
| | 2) интерактивный видеомост, стрим, видеосюжет | | | | | | | Б) аудиальные жанры |
| | 3) подкаст, аудиосюжет, аудиоиллюстрация | | | | | | | |
| 12 | Внесение разнообразия в форматы, темы, способы подачи журналистских материалов, – это _____. | + | + | + | + | + | + | |
| 13 | Профессиональное веб- издание, гипертекстовый интерактивный ресурс, являющийся частью глобального информационно- коммуникативного пространства, с размещаемыми на нём журналистскими материалами, как правило, новостного характера: А) Интернет-СМИ Б) Телевизионные-СМИ В) Радио-СМИ Г) Печатная журналистика | | | | | | | |
| 14 | Большое значение при форматировании новостных текстов в Интернете имеет _____, или создание разветвлённой системы межтекстовых связей. | | | | | | | |
| Раздел 3. Этапы медиапроизводства в интернет-коммуникациях | | | | | | | | |
| 15 | Медиатекст - это? А) комплекс медиакомпаний, производящих свои продукты Б) результат деятельности медиатора, выпущенный на медиарынок с целью удовлетворения потребностей целевой аудитории В) совокупность внешних атрибутов медиапродукта Г) текст в медиaprостранстве | + | + | + | + | + | + | |
| 16 | Медиапродукт - это? А) комплекс медиакомпаний, производящих свои продукты Б) результат деятельности медиатора, выпущенный на медиарынок с целью удовлетворения потребностей целевой аудитории В) совокупность внешних атрибутов медиапродукта Г) текст в медиaprостранстве | | | | + | + | + | |
| 17 | Медиабренд - это? А) комплекс медиакомпаний, производящих свои продукты Б) результат деятельности медиатора, выпущенный на | + | + | + | + | + | + | |

| | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|-----------------------|---|--|--|----------------------|--------------------------------------|---|---|---|---|--|---|
| | <p>медиарынок с целью удовлетворения потребностей целевой аудитории</p> <p>В) совокупность внешних атрибутов медиапродукта</p> <p>Г) текст в медиaprостранстве</p> | | | | | | | | | | | | |
| 18 | <p>Медиарынок - это?</p> <p>А) комплекс медиакомпаний, производящих свои продукты</p> <p>Б) результат деятельности медиатора, выпущенный на медиарынок с целью удовлетворения потребностей целевой аудитории</p> <p>В) совокупность внешних атрибутов медиапродукта</p> <p>Г) текст в медиaprостранстве</p> | | | | | | | | | | | | |
| 19 | <p>Какая организация поспособствовала появлению формата «инфотейнмент»?</p> <p>А) Apple</p> <p>Б) Adidas</p> <p>В) Warner Bros</p> <p>Г) Walt Disney</p> | + | + | + | | | | | | | | | |
| 20 | <p>Кто из исследователей впервые провел развернутый научный анализ феномена инфотейнмента?</p> <p>А) Ольга Вайнштейн</p> <p>Б) Бернард Шоу</p> <p>В) Торстейн Веблен</p> <p>Г) Нил Постман</p> | | | | | | | | | | | | |
| 21 | <p>Какие разновидности инфографики вам известны? Назовите не менее трех.</p> | + | + | + | | | + | | | | | | |
| 22 | <p>Соотнесите критерии классификации инфографики с ее видами</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; padding: 5px;">1) полнота информации</td> <td style="width: 50%; padding: 5px;">а) статичная, динамичная (интерактивная) и видеоинфографика</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">2) технологии представлены информацией</td> <td style="padding: 5px;">б) карта, алгоритм (инструкция), биография/резюме, объявление, процесс, реклама, рецепт, статистическая схема, рейтинг, хронология, приглашение, афиша (event)</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">3) жанровые признаки</td> <td style="padding: 5px;">в) самодостаточная и комплементарная</td> </tr> </table> | 1) полнота информации | а) статичная, динамичная (интерактивная) и видеоинфографика | 2) технологии представлены информацией | б) карта, алгоритм (инструкция), биография/резюме, объявление, процесс, реклама, рецепт, статистическая схема, рейтинг, хронология, приглашение, афиша (event) | 3) жанровые признаки | в) самодостаточная и комплементарная | + | + | + | | | + |
| 1) полнота информации | а) статичная, динамичная (интерактивная) и видеоинфографика | | | | | | | | | | | | |
| 2) технологии представлены информацией | б) карта, алгоритм (инструкция), биография/резюме, объявление, процесс, реклама, рецепт, статистическая схема, рейтинг, хронология, приглашение, афиша (event) | | | | | | | | | | | | |
| 3) жанровые признаки | в) самодостаточная и комплементарная | | | | | | | | | | | | |
| 23 | <p>Соотнесите названия медиапродуктов с определениями</p> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 20%; padding: 5px;">1) буктрейлер</td> <td style="padding: 5px;">А) цифровой аудиофайл с речью, музыкой и иной информацией, доступный в интернете для загрузки на компьютер или портативный медиаплеер</td> </tr> <tr> <td style="padding: 5px;">2)</td> <td style="padding: 5px;">Б) журналистский текст; отличающийся</td> </tr> </table> | 1) буктрейлер | А) цифровой аудиофайл с речью, музыкой и иной информацией, доступный в интернете для загрузки на компьютер или портативный медиаплеер | 2) | Б) журналистский текст; отличающийся | + | + | + | | | + | | |
| 1) буктрейлер | А) цифровой аудиофайл с речью, музыкой и иной информацией, доступный в интернете для загрузки на компьютер или портативный медиаплеер | | | | | | | | | | | | |
| 2) | Б) журналистский текст; отличающийся | | | | | | | | | | | | |

| | | | | | | | | |
|----|--|---|--|--|---|---|---|---|
| | подкаст | большим объемом и продолжительностью материала во времени; сочетающий в себе различные аудиовизуальные, графические средства и основанный на мультимедийном интерактивном нарративе | | | | | | |
| | 3) лонгрид | В) жанр информационно-развлекательной журналистики, использующий в качестве композиционного принципа организации текста нумерованный список... | | | | | | |
| | 4) листикл | Г) видеоролик рекламного характера, рассказывающий в произвольной художественной форме о книге | | | | | | |
| 24 | Жанр, построенный на повествовании зрителям определенной истории из личного жизненного опыта автора, – это _____. | | | | | | | + |
| 25 | Сколько печатных знаков с пробелами должен содержать лонгрид? А) 5 000 -7 000 Б) от 10 000 В) минимум 20 000 | | | | | | | + |
| 26 | Как называется блочный редактор в социальной сети Telegram, удобный для создания лонгрида? | | | | | | | + |
| 27 | Проверка фактических данных в тексте для установления их достоверности и корректности, для устранения сомнительной информации, – это _____. | | | | + | + | + | + |
| 28 | Что из перечисленного можно отнести к дискретным медиапродуктам? А) телеканал «Пятница» Б) газета «Аргументы и факты» В) интернет-сайт «Медуза» Г) подкаст «Фикситека» | | | | | | | + |
| 29 | Соотнесите названия жанровых разновидностей коротких видео с их определением | | | | | | | + |
| | 1) распаковка | а) жанр видео, в котором демонстрируется имплицитное отождествление ощущений (в широком смысле) объекта восприятия контента с самим контентом | | | | | | |
| | 2) скринкаст | б) жанр видео, в котором производится извлечение какого- | | | | | | |

| | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | либо товара из заводской упаковки с целью демонстрации его зрителю | | | | | | | |
| | 3) рум-тур | в) жанр видео, цель которого заключается в обучении зрителя определенным практическим навыкам | | | | | | | |
| | 4) tutorial (гайд) | г) жанр видео, в котором автор выполняет определенное популярное испытание | | | | | | | |
| | 5) POV | д) жанр видео, в которых автор комментирует происходящее на экране | | | | | | | |
| | б) челлендж | е) жанр, основанный на демонстрации жилого пространства. | | | | | | | |
| 30 | <p>Выберите медиапродукт, соответствующий описанию аудитории: <i>Медиа для тех, кому нужна официальная информация и новости о самых важных событиях в стране и мире?</i></p> <p>А) Youtube-канал Wilsacom Б) Сайт и газета РБК В) интернет-портал «Главред» Г) подкаст «Фикситека»</p> | | | | | | | | + |
| 31 | <p>Найдите среди перечисленных термин, который не имеет отношения к современным медиа:</p> <p>А) продакт плейсмент Б) инфотейнмент В) конвергенция Г) таблоид</p> | | + | + | + | + | + | + | + |
| 32 | <p>Какие из перечисленных медижанров традиционно не относят к информационным?</p> <p>А) теледебаты Б) репортаж В) некролог Г) брифинг</p> | | + | + | + | | | | |
| 33 | <p>Что из перечисленного не является характерным жанровым признаком интервью?</p> <p>А) публичный характер разговора Б) монологический тип речи В) двуадресность Г) непосредственное общение собеседников</p> | | + | + | + | | | | + |
| 34 | <p>Информационный жанр журналистики, оперативно, с необходимыми подробностями, в яркой форме сообщаящий о каком-либо событии, очевидцем или участником которого является автор, – это _____.</p> | | + | + | + | | | | + |
| 35 | <p>Первый абзац медиатекста называется _____.</p> | | + | + | + | | | | + |
| Раздел 4. Интернет-платформы и сервисы для создания медиапродуктов | | | | | | | | | |

| | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 36 | Кто впервые ввёл термин «социальная сеть»? А) Марк Цукерберг Б) Кевин Систром В) Джеймс Барнс Г) Уильям Бойд Эллисон | + | + | + | | | + |
| 37 | Появление какого американского портала послужило началу популярности социальных сетей? А) Pinterest Б) Yahoo В) Tumblr Г) Classmates | + | + | + | | | + |
| 38 | Исключите лишнее: А) эмодзи Б) пиктограмма В) смайлик Г) идеограмма | + | + | + | | | + |
| 39 | Что такое лендинг? А) страница, объединённая контентом на какую-то определённую тематику Б) страница, на которой содержится ассортимент товара какого-либо магазина с ценами и описанием; В) страница, оформленная в одном стиле и созданная исключительно под определенное мероприятие или товар Г) профиль фанатов каких-либо известных личностей | + | + | + | | | + |
| Раздел 5. Инструменты и технологии продвижения и брендинга медиапродукта в Интернете | | | | | | | |
| 40 | Какие инструменты являются наиболее эффективными в SMM? Назовите не менее трех. | | + | + | | | |
| 41 | Какие цифровые программы не используются для видеомонтажа? А) iMovie Б) Shotcut В) OpenShot Г) Adobe Acrobat Д) VSDC Е) Google Slides | | | | | + | + |
| 42 | Механизм SMM, позволяющий выделить из всей имеющейся аудитории только ту часть, которая удовлетворяет заданным критериям, и показать рекламу именно ей, – это _____. | | + | + | | | |
| 43 | Функция в социальных сетях, позволяющая пользователям сохранять и отображать свои временные видеоистории (сториз) в виде постоянных коллекций в профиле, – это _____. | | | | + | | + |

| | | | | | | | | |
|----|---|--|--|--|---|--|---|---|
| 44 | Контент, обладающий способностью скоростного (вирусного) распространения с минимальным участием его производителя, называется _____. | | | | | | | + |
| 45 | Какие из перечисленных сервисов используются для аналитики социальных сетей? А) ScyScanner Б) PopSters В) Socialblade Г) Rival IQ | | | | + | | + | + |
| 46 | Что такое CMS? А) Content management system Б) Content manager system В) Computer media system Г) Clip making secretary. | | | | | | + | + |
| 47 | Лидер всех платформ CMS, - это _____. | | | | | | + | + |
| 48 | Для увеличения охвата целевой аудитории целесообразно применять: А) медиа-микс Б) Стратегию «Одного СМИ» В) BTL Г) MAX-media Д) Mix communication (стратегия ИМК) | | | | + | | + | + |
| 49 | Таргетированной рекламой называют: А) скрытую, неотличимую от обычного контента пользователей соцсети Б) открытую, которую видят все категории пользователей В) открытую, которая предназначена только для конкретной аудитории, способной совершить покупку товара или услуги | | | | + | | + | + |
| 50 | Кто является автором концепции коммуникативных имиджей? А) Д. МакКуэйл Б) Тим Бернерс Ли В) У. Штраус Г) Т. Веблен | | | | + | | + | + |

| Критерии (количество баллов) | Показатели (уровень знаний) |
|------------------------------|-----------------------------|
| 19-25 | Высокий |
| 13-19 | Средний |
| Менее 13 | Низкий |

Шкала оценивания теста (в баллах):

За каждый правильный ответ студент получает 0,5 балл. Максимальное количество баллов за тест – 25, минимальное – 0.

7.1.6. Требования к подготовке проекта

Требования к структуре и содержанию проекта:

Объединившись в группы и распределив рабочие обязанности (креатор (идейный вдохновитель), контент-менеджер (сбор материала, контент-план), пишущий редактор, корректор, фотограф, оператор (монтажёр), создайте мультимедийный лонгрид в сервисах Tilda.cc, Storify.

Критерии оценивания проекта

| Этапы | Критерии | Показатели |
|------------------------------------|-----------------------|---|
| Распределение рабочих обязанностей | Контент | Контент лонгрида информативен и оригинален |
| | Визуальное оформление | Визуальное оформление комфортно для восприятия и имеет современный стиль |
| Работа над выполнением проекта | Мультимедийность | Использованы различные мультимедийные форматы (текст, фото, видео, анимация и др.) |
| | Грамотность | Текст лонгрида написан без орфографических, пунктуационных, грамматических, лексических ошибок. |
| Презентация готового проекта | Композиция | Лонгрид отличается стройностью и логичностью композиции, имеет деление на смысловые блоки |

Шкала оценивания проекта (в баллах):

Индивидуальное проектное задание оценивается по 5-балльной системе соответственно:

50% и менее выполненной работы от общего объема приравнивается к 0 баллов («неудовлетворительно»);

за 51-70 % выполненной работы выставляется 1-2 балла (самостоятельная, в целом структурно выстроенная, достаточно грамотно оформленная работа, демонстрирующая низкий уровень знаний в области медиалингвистики, в том числе в области новых коммуникационных интернет-технологий, с проявлением низкого уровня креативности подхода к выполнению задания);

за 71-85% выполненной работы выставляется 3-4 балла (самостоятельная, структурно выдержанная, грамотно оформленная работа, демонстрирующая средний уровень систематизации знаний в области медиалингвистики, в том числе в области новых коммуникационных интернет-технологий, с проявлением среднего уровня креативности подхода к выполнению задания);

за 86-100% выполненной работы выставляется 5 баллов (самостоятельная, детальная, структурно выдержанная, грамотно оформленная работа, демонстрирующая высокий уровень систематизации знаний в области медиалингвистики, в том числе в области новых коммуникационных интернет-технологий, с проявлением высокого уровня креативности подхода к выполнению задания).

Групповое проектное задание оценивается по 20-балльной системе соответственно:

50% и менее выполненной работы от общего объема приравнивается к 0 баллов («неудовлетворительно»);

за 51-70 % выполненной работы выставляется 1-8 баллов (самостоятельная, в целом структурно выстроенная, достаточно грамотно оформленная работа, демонстрирующая низкий уровень знаний в области медиалингвистики, в том числе в области новых коммуникационных интернет-технологий, с проявлением низкого уровня креативности подхода к выполнению задания);

за 71-85% выполненной работы выставляется 9-15 баллов (самостоятельная, структурно выдержанная, грамотно оформленная работа, демонстрирующая средний уровень систематизации знаний в области медиалингвистики, в том числе в области новых коммуникационных интернет-технологий, с проявлением среднего уровня креативности подхода к выполнению задания);

за 86-100% выполненной работы выставляется 16-20 баллов (самостоятельная, детальная, структурно выдержанная, грамотно оформленная работа, демонстрирующая высокий уровень систематизации знаний в области медиалингвистики, в том числе в области новых коммуникационных интернет-технологий, с проявлением высокого уровня креативности подхода к выполнению задания).

7.2. Промежуточная аттестация

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

7.2.1. Шкала оценивания уровня знаний

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

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

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

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

71 - 85 баллов = «хорошо», «зачтено»

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

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

Промежуточная аттестация осуществляется в форме зачета (устный опрос).

Результаты обучения оцениваются: зачтено / не зачтено

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

7.2.2. Примерные вопросы для подготовки к зачету:

1. Понятие и особенности интернет-коммуникаций.
2. История развития интернет-коммуникаций в России.
3. Веб-технологии в интернет-коммуникациях. Свойства веб-публикаций.
4. Мультимедийная журналистика как новая форма функционирования интернет-коммуникации.
5. Сущность социальных сетей.
6. Контент, создаваемый пользователями социальных сетей.
7. «Викиньюз» как новая форма гражданской журналистики.
8. Блоги как медиафеномен.
9. Блогер и журналист: общее и особенное.
10. Своеобразие мобильных блогов.
11. SMM-продвижение как форма распространения медиапродукта.
12. Особенности SMM-технологий.
13. «Секрет успеха» SMM-проектов.
14. Функции редакции. Виды редактирования.
15. Специфика редакционных систем.
16. Технологические особенности создания конвергентного продукта.
17. Фотографии и изображения в интернет-коммуникациях: композиция, редактирование, оптимизация, публикация.
18. Работа со звуковым материалом в интернет-коммуникациях.
19. Видеоконтент в интернет-коммуникациях.
20. Графический способ подачи информации в интернет-коммуникациях: интерактивные карты.
21. Презентация и продвижение сетевого медиапродукта.
22. Специфика работы над журналистским текстом в условиях медиаконвергенции.
23. Язык и стиль мультимедийного текста.
24. Форма текста и форматы в условиях трансмедиа.

7.2.3. Примерное задание к зачету:

Не предусмотрено.

7.2.4. Критерии и шкала результатов обучения по дисциплине

Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине при проведении промежуточной аттестации:

| Планируемые результаты обучения по дисциплине | Критерии оценивания результатов обучения по дисциплине | | | |
|---|---|---|---|---|
| | «неудовлетворительно» | «удовлетворительно» | «хорошо» | «отлично» |
| | «не зачтено» | | «зачтено» | |
| | 0 - 50 баллов | 51 - 70 баллов | 71 - 85 баллов | 86 -100 баллов |
| Сформированность знаний (знать) | Уровень знаний ниже минимальных требований. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить полноту знаний вследствие отказа обучающегося от ответа. | Минимально допустимый уровень знаний. Допущено много негрубых ошибок. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки. Допущено несколько несущественных ошибок. | Уровень знаний в объеме, соответствующем программе подготовки, или в объеме, превышающем программу подготовки, продемонстрирован без ошибок и погрешностей. |
| Сформированность умений (уметь) | Отсутствие минимальных умений. При решении стандартных задач не продемонстрированы основные умения. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие умений вследствие отказа обучающегося от ответа. | Продemonстрированы основные умения. Решены типовые задачи с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, но не в полном объеме. | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи, но некоторые с негрубыми ошибками. Выполнены все задания, в полном объеме, но некоторые с недочетами. | Продemonстрированы все основные умения. Решены все основные задачи. Выполнены все задания, в полном объеме без недочетов. |
| Сформированность навыков (владеть) | При решении стандартных задач не продемонстрированы базовые навыки. Имели место грубые ошибки. Невозможно оценить наличие навыков вследствие отказа обучающегося от ответа. | Продemonстрирован минимальный набор навыков. Решены стандартные задачи с некоторыми недочетами. | Продemonстрированы базовые навыки. Решены стандартные задачи, но некоторые с недочетами. | Продemonстрировано всестороннее владение навыками. Задачи, в том числе нестандартные, решены без ошибок и недочетов. |

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

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

Помещение для проведения занятий лекционного типа укомплектовано: специализированной мебелью, компьютером, интерактивной доской, мультимедиа проектором, звуковой системой.

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

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

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

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

Филологический факультет
КАФЕДРА РУССКОЙ СЛОВЕСНОСТИ И МЕЖКУЛЬТУРНОЙ КОММУНИКАЦИИ
ТЕХНОЛОГИЧЕСКАЯ КАРТА ДИСЦИПЛИНЫ

Технологии создания медиапродукта в интернет-коммуникациях

Курс – 2, семестр – 3

Уровень образования: Высшее образование – магистратура

Направление 45.04.01 Филология

Направленность (профиль) Филологическое обеспечение СМИ

Трудоемкость дисциплины (зач. ед) – 4 з.ед.

Форма промежуточной аттестации: зачет

Преподаватель: Гапугина Виолетта Александровна

| Смежные дисциплины по учебному плану: | | | | | | |
|--|-------------------------|-------------------------------|--------------------------------|-------------------------|-------------------------------|--------------------------------|
| Текстовые технологии: креативное письмо, медиариторика, спичрайтинг, Медиатекст: дискурс и стиль. | | | | | | |
| ВВОДНЫЙ МОДУЛЬ | | | | | | |
| (проверка «остаточных» знаний по смежным дисциплинам) | | | | | | |
| Тема или задание текущей аттестационной работы | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа | | |
| | Виды текущей аттестации | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов | Виды текущей аттестации | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
| Проверка знаний по дисциплинам «Текстовые технологии: креативное письмо, медиариторика, спичрайтинг», «Медиатекст: дискурс и стиль». | Устный опрос | 0 | 5 | | | |
| Итого: 5 | | | | | | |
| БАЗОВЫЙ МОДУЛЬ | | | | | | |
| (проверка знаний и умений по дисциплине) | | | | | | |
| Тема или задание текущей аттестационной работы | Аудиторная работа | | | Самостоятельная работа | | |
| | Виды текущей аттестации | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов | Виды текущей аттестации | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
| Тема 1. Основы интернет-журналистики: ключевые понятия и векторы развития. | Устный опрос | 0 | 5 | | | |
| Тема 2. Современный медиапродукт в Интернете: формат, специфика, виды, создатели и потребители | Устный опрос | 0 | 5 | | | |
| | Тест | 0 | 25 | | | |
| Тема 3. Этапы медиапроизводства в интернет- | Устный опрос | 0 | 5 | | | |

| | | | | | | |
|--|-----------------------|---|----|---------------------------|---|---|
| коммуникациях | | | | | | |
| Тема 4. Интернет-платформы и сервисы для создания медиапродуктов | Индивидуальный проект | 0 | 5 | | | |
| Тема 5. Инструменты и технологии продвижения и брендинга медиапродукта в Интернете | Индивидуальный проект | 0 | 5 | | | |
| | Устный опрос | 0 | 5 | | | |
| По всем темам | | | | Выполнение домашних работ | 0 | 5 |
| Контрольный проект | Групповой проект | 0 | 20 | | | |
| Итого: | | 0 | 85 | | | |
| Промежуточная аттестация | Зачёт | 0 | 15 | | | |

Необходимый минимум для допуска к промежуточной аттестации 51 балл. Дополнительные требования для обучающихся, отсутствующих на занятиях по уважительной причине: отсутствуют.