

**МИНОБРНАУКИ РОССИИ**

**Федеральное государственное автономное образовательное  
учреждение высшего образования "Пермский  
государственный национальный исследовательский  
университет"**

**Кафедра журналистики и массовых коммуникаций**

**Авторы-составители: Пустовалов Алексей Васильевич  
Печищев Иван Михайлович  
Пономарев Николай Филиппович**

**Рабочая программа дисциплины  
КРОСС-МЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ  
Код УМК 94063**

**Утверждено  
Протокол №11  
от «21» мая 2021 г.**

**Пермь, 2021**

## **1. Наименование дисциплины**

Кросс-медийные технологии

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление подготовки: **42.03.01** Реклама и связи с общественностью  
направленность Программа широкого профиля

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Кросс-медийные технологии** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**42.03.01** Реклама и связи с общественностью (направленность : Программа широкого профиля)

**ОПК.4** Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

#### **Индикаторы**

**ОПК.4.2** Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем

**ОПК.7** Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

#### **Индикаторы**

**ОПК.7.1** Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа

**ОПК.7.2** Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории

#### 4. Объем и содержание дисциплины

<b>Направления подготовки</b>	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля)
<b>форма обучения</b>	заочная
<b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>	9,10,11
<b>Объем дисциплины (з.е.)</b>	6
<b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>	216
<b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b>	20
<b>Проведение лекционных занятий</b>	8
<b>Проведение практических занятий, семинаров</b>	12
<b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>	196
<b>Формы текущего контроля</b>	Защищаемое контрольное мероприятие (4) Итоговое контрольное мероприятие (2)
<b>Формы промежуточной аттестации</b>	Зачет (9 триместр) Экзамен (11 триместр)

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Современная медиасфера**

В данном разделе изучаются технологии медиасферы, характеристики медиаплатформ, процесс создания медиаконтента.

Изменения в медиасфере: конкуренция каналов, рост информационного потока, курс на развлечение, мультиплатформенность, кризис доверия. Традиционные СМИ и «новые медиа». Тенденции, прогнозы развития.

### **Анализ социальных медиа**

Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. История развития соцсетей. Механики производства и воспроизводства контента. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики. Паблик как медиа.

**Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. Механики производства и воспроизводства контента.**

Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. История развития соцсетей. Механики производства и воспроизводства контента.

### **Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики.**

Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики. Паблик как медиа.

### **Исследование аудитории**

Характеристики аудитории медиа. Изменения аудитории: медиапотребление, фрагментация, экономика внимания, кризис доверия. Метод персонажей для описания аудитории. Работа с аудиторией в медиа, способы вовлечения и удержания.

### **Работа с контентом в SMM**

Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания (мультимедийный контент, текстовый). Интерес аудитории и метрики, продвижение контента. Контент-план. Принципы создания контента и технологии его публикации. Метрики для изучения потребления контента.

### **Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания**

Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания (мультимедийный контент, текстовый). Интерес аудитории и метрики, продвижение контента. Контент-план.

### **Принципы создания контента и технологии его публикации**

Принципы создания контента и технологии его публикации. Метрики для изучения потребления контента.

### **Природа виральности**

Виральность контента как феномен web 2.0. Причины виральности, составляющие вирусности. Способы продвижения вирусного контента. Анализ кейсов. Отдельные форматы контента и их вирусный потенциал. Использование вирусного контента в разных ситуациях. Создание вирусного контента, исследование его потребления.

## **6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторные занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

## **7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

## 8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

### Основная:

1. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс] : учебник для вузов/ под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система Znanium : [сайт]. <https://elis.psu.ru/node/619650>
2. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/78258.html>
3. Моргунов, А. В. Управление Веб-технологиями, сервисами и контентом : учебное пособие / А. В. Моргунов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2021. — 88 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. <https://www.iprbookshop.ru/125280.html>

### Дополнительная:

1. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — ISBN 5-238-00771-X. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/81774.html>
2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.] ; под редакцией С. Балмаева, М. Лукиа. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>
3. Пустовалов А. В. Социальные коммуникации в Интернет: учебно-методическое пособие для студентов, обучающихся по направлению подготовки бакалавров «Журналистика»/А. В. Пустовалов. - Пермь: ПГНИУ, 2021, ISBN 978-5-7944-3622-8.-91. <https://elis.psu.ru/node/642465>
4. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09875-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/428807>
5. Губанов, Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; под редакцией Д. А. Новиков. — Москва : Издательство физико-математической литературы, 2010. — 228 с. — ISBN 9875-94052-194-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/8531>

## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://moi-portal.ru/upload/iblock/8b2/8b2246b6b04d87c9065730d33e451f49.pdf> Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс] / Д. Халилов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 20

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26655262> Алексеева Е. Н., Попов К. Г. Социальная сеть как явление современного общества: история развития и общая характеристика

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25865891> Ершов В. Е. История появления социальных сетей

<https://elibrary.ru/item.asp?id=37750238> Кривоносова А. С., Якуничева Е. Н. История и анализ развития социальных сетей

<https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019

<http://www.iprbookshop.ru/42032.html> Сенаторов А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте». SMM-руководство

<http://www.iprbookshop.ru/58557.html> Сенаторов А. А. Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях

<http://www.iprbookshop.ru/48465.html> Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+

<https://elibrary.ru/item.asp?id=18202002> Волкова И.И., Будовская Ю.В. Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях: теория игр против виральности

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

Образовательный процесс по дисциплине **Кросс-медийные технологии** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий); доступ в режиме онлайн в Электронную библиотечную систему (ЭБС); доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (Google, Yandex, Википедия).

Перечень необходимого свободно распространяемого программного обеспечения:

1. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.
2. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель).
3. Программы для просмотра интернет-контента (браузер).
4. Офисный пакет для работы с текстовыми, табличными и презентационными материалами.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ ([student.psu.ru](http://student.psu.ru)).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

## 11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине



Для лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета и/или помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине  
Кросс-медийные технологии**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.  
Индикаторы и критерии их оценивания**

**ОПК.7**

**Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности**

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Планируемые результаты обучения</b>	<b>Критерии оценивания результатов обучения</b>
<b>ОПК.7.2</b> Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории	Знает методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет создавать медиапродукты, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Не знает методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Не умеет создавать медиапродукты, учитывая особенности аудитории. Не владеет навыками создания медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества</p> <p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Знает отдельные методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. При консультативной поддержке умеет создавать ряд медиапродуктов, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания отдельных медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>Знает основные методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет создавать ряд медиапродуктов, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания основных медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Знает методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет создавать медиапродукты, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p>
<b>ОПК.7.1</b> Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа	Знает методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет	<p style="text-align: center;"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Знает методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет навыками анализа поведения аудитории</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	навыками анализа поведения аудитории медиа.	<p><b>Неудовлетворител</b> медиа.</p> <p><b>Удовлетворительн</b> Знает отдельные методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать отдельные изменения запросов потребителей медиапродукта. При консультативной поддержке владеет навыками анализа поведения аудитории медиа.</p> <p><b>Хорошо</b> Знает основные методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать основные изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет навыками анализа поведения аудитории медиа.</p> <p><b>Отлично</b> Знает методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет навыками анализа поведения аудитории медиа.</p>

#### ОПК.4

**Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем**

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Владеет навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.	<p><b>Неудовлетворител</b> Не знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Не умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Не владеет навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p> <p><b>Удовлетворительн</b> Достаточно знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Достаточно умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Достаточно владеет</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p> <p style="text-align: center;"><b>Хорошо</b></p> <p>На приемлемом уровне знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. На приемлемом уровне умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. На приемлемом уровне владеет навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p> <p style="text-align: center;"><b>Отлично</b></p> <p>Досконально знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Досконально умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Досконально владеет навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p>

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : заочная 2019

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Анализ социальных медиа <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	ЗНАТЬ специфические качества стратегических коммуникаций в разных сферах и отраслях. УМЕТЬ ориентироваться в специфике стратегических коммуникаций в разных социальных сферах и отраслях. ВЛАДЕТЬ навыками учета специфики стратегических коммуникаций при планировании коммуникативных кампаний в разных сферах и отраслях.
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. Механики производства и воспроизводства контента. <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Умение приспособить медиатекст к особенностям той или иной социальной сети.
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики. <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	знание основных понятий, связанные с работой в социальных сетях и при создании вирусного контента, умение применять различные методики исследования и оценки аудитории, владение приёмами воздействия на аудиторию в социальных сетях.

## Спецификация мероприятий текущего контроля

### Анализ социальных медиа

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Студент имеет чёткое знание методик оценки контента группы (аккаунта) и активности аудитории, показывает убедительное умение пользоваться маркетинговыми метриками (Popsters, Google Analytics, Яндекс.Метрика, Top.mail.ru и др.), прекрасно владеет навыками оценки структуры и контента группы (аккаунта). За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	30
Студент имеет основные знания методик оценки контента группы (аккаунта) и активности аудитории, показывает определённое умение пользоваться маркетинговыми метриками (Popsters, Google Analytics, Яндекс.Метрика, Top.mail.ru и др.), владеет навыками визуальной оценки структуры и контента группы (аккаунта). За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	24
Студент имеет некоторые знания методик оценки контента группы (аккаунта) и активности аудитории, показывает умение пользоваться какими-нибудь маркетинговыми метриками, владеет некоторыми навыками визуальной оценки структуры и контента группы (аккаунта). За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	18
Студент не имеет знаний методик оценки контента группы (аккаунта) и активности аудитории, не показывает умения пользоваться маркетинговыми метриками (Popsters, Google Analytics, Яндекс.Метрика, Top.mail.ru и др.), не владеет навыками визуальной оценки структуры и контента группы (аккаунта).	12

**Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. Механики производства и воспроизводства контента.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **10 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Студент в полном объёме имеет знания о специфике выбранных для публикации поста социальных сетей, умеет убедительно приспособить журналистский текст к их особенностям, владеет отличными навыками грамотной и логичной письменной речи. За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	30
Студент имеет основные знания о специфике выбранных для публикации поста социальных сетей, умеет приспособить журналистский текст к их особенностям, владеет основными навыками грамотной и логичной письменной речи, но порой допускает некритичные ошибки. За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	24
Студент имеет некоторые знания о специфике выбранных для публикации поста социальных сетей, более-менее умеет приспособить журналистский текст к их	18

особенностям, владеет некоторыми навыками письменной речи, но допускает некоторые грамматические и (или) логические ошибки. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	
Студент не имеет знаний о специфике выбранных для публикации поста социальных сетей, не умеет приспособить журналистский текст к их особенностям, не владеет навыками грамотной и логичной письменной речи.	12

### **Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики.**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **10 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Проект содержит все основные компоненты описания аудитории (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т.п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Устная презентация проекта соответствует стандартным требованиям. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	40
Проект содержит основные компоненты описания аудитории (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т. п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	30
Проект содержит некоторые компоненты описания аудитории (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т. п.). За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	25
Проект не содержит необходимого минимума компонентов или не предоставлен студентом.	16

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Экзамен

**Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации :** Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

**Максимальное количество баллов :** 100

### **Конвертация баллов в отметки**

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
------------------------------------	--	---

<b>Компетенция (индикатор)</b>	<b>Мероприятие текущего контроля</b>	<b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Работа с контентом в SMM <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знание разновидностей контента для соцсетей, умение создать и приспособить контент для данной целевой аудитории, владение навыками продвижения проекта в конкретных условиях.
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Принципы создания контента и технологии его публикации <b>Защищаемое контрольное мероприятие</b>	Знание методики и приёмов продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях.
<b>ОПК.4.2</b> Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем <b>ОПК.7.2</b> Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории <b>ОПК.7.1</b> Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа	Природа виральности <b>Итоговое контрольное мероприятие</b>	Знание основных понятий, связанных с работой в социальных сетях и при создании вирусного контента, умение разрабатывать контент для соцсетей, владение навыками оценки эффективности контента в соцсетях.

### **Спецификация мероприятий текущего контроля**

#### **Работа с контентом в SMM**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **10 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Проект содержит все основные компоненты контент-плана для SMM (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т.п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Устная презентация проекта соответствует стандартным требованиям. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	30
Проект содержит основные компоненты контент-плана для SMM (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т. п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает	24



стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	
Проект содержит необходимые компоненты контент-плана для SMM (сроки, форматы контента, тематика контента, обоснование). За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	18
Проект не содержит необходимого минимума компонентов или не предоставлен студентом.	12

### **Принципы создания контента и технологии его публикации**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **10 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Студент демонстрирует знание методики оценки групп (аккаунтов), производит визуальный анализ структуры и контента группы (аккаунта), применяет все изученные приёмы продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях. За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	30
Студент имеет некоторые знания методики оценки групп (аккаунтов), пытается провести визуальный анализ структуры и контента группы (аккаунта), применяя некоторые изученные приёмы продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях. За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	24
Студент демонстрирует основные знания методики оценки групп (аккаунтов), производит визуальный анализ структуры и контента группы (аккаунта), применяя основные изученные приёмы продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	13
Студент не имеет знания методики оценки групп (аккаунтов), не может провести визуальный анализ структуры и контента группы (аккаунта), не может применить приёмы продвижения группы (аккаунта) в социальных сетях.	12

### **Природа виральности**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **10 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

<b>Показатели оценивания</b>	<b>Баллы</b>
Проект содержит все основные компоненты вирусного контента (формат, тематика, актуальность, внешняя привлекательность). Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. Устная презентация проекта соответствует стандартным требованиям. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	40

Проект содержит основные компоненты вирусного контента (формат, тематика, актуальность, внешняя привлекательность). Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	30
Проект содержит некоторые компоненты вирусного контента (формат, тематика, актуальность, внешняя привлекательность). Проект оформлен должным образом в виде программного документа. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	25
Проект не содержит необходимого минимума компонентов или не предоставлен студентом.	16