

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

Авторы-составители: **Березина Валерия Юрьевна**

Рабочая программа дисциплины
МАСТЕРСКАЯ МЕДИАКОНТЕНТА
Код УМК 95703

Утверждено
Протокол №9
от «07» мая 2020 г.

Пермь, 2020

1. Наименование дисциплины

Мастерская медиаконтента

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Направление: **42.03.05** Медиакоммуникации
направленность Контент-менеджмент

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Мастерская медиаконтента** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.05 Медиакоммуникации (направленность : Контент-менеджмент)

ПК.1 Способен управлять информационными ресурсами

Индикаторы

ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	42.03.05 Медиакоммуникации (направленность: Контент-менеджмент)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	3
Объем дисциплины (з.е.)	3
Объем дисциплины (ак.час.)	108
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	42
Проведение лекционных занятий	14
Проведение практических занятий, семинаров	28
Самостоятельная работа (ак.час.)	66
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Итоговое контрольное мероприятие (1) Письменное контрольное мероприятие (2)
Формы промежуточной аттестации	Зачет (3 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Мастерская медиаконтента

В ходе изучения дисциплины предполагается сформировать у студентов компетенцию ОПК, состоящую в способности студента создавать, редактировать и продвигать контент.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов (3 кредита). Программа дисциплины предполагает лекции (14 часов), практические занятия (28 часов) и самостоятельную работу студентов (66 часов).

Учебно-методический комплекс предназначен для широкого круга пользователей: студентов, преподавателей и др.

Современная медиасфера: разработка и реализация SMM-стратегии

При работе над данной темой студенты обращаются к базовым понятиям социальных и гуманитарных наук: «общество», «сферы общества», «целевая аудитория», «социальные типы» и «социальная стратификация», «современные СМИ» и «социальные сети», «функции СМИ» и др. Кроме того, узнают, как связаны вышеупомянутые понятия, а также найдут ответ на вопрос: «Как связаны между собой разные науки?» Понятие синкретизма наук рассматривается в самом начале курса с целью донести до студентов, что междисциплинарность – это один из трендов развития современного общества. Область social media marketing – показательный пример развития общества в сторону тесного переплетения и созависимости различных сфер жизнедеятельности человека. На первых занятиях студенты познакомятся с понятиями: «стратегия», «планирование», «связи с общественностью» и др. Разработают алгоритмы продвижения того или иного продукта жизнедеятельности общества в социальных сетях, если продукт продвижения, который выберет студент, окажется коммерческим, то также будет отработан алгоритм продвижения продукта на маркетплейсах.

Генерация контента: типы, классификации, стили

При работе над данной темой студенты обратятся к текстологии, к таким понятиям: «текст», «тип текста», «стиль речи» и др. Кроме того, студенты обратятся к базовым лингвистическим вопросам: «Чем отличаются язык и речь человека?» «Каковы функции речи, языка и текста?» В процессе работы над данной темой студенты познакомятся с основными классификациями контента, его стилями и научными школами, полемизирующими по вопросам понятия текста, нарратива, дискурса и др. На семинарских занятиях представят результаты самостоятельной работы по составлению визуальной доски (moodboard), тему которой студент определит самостоятельно.

Копирайтинг для социальных сетей (инфостиль)

При работе над данной темой студенты будут отрабатывать навык создания и редактирования текстов, которые наполняют разные социальные сети (ВК, Instagram, Facebook и др.). Вводится понятие «инфостиль» (информационный / редакционный стиль) наряду с классическими стилями (разговорный, публицистический и др.), проводится анализ сходств и различий стилей. Обращение к понятию «копирайтинг», отработка навыка написания текстов для социальных сетей, их редактирование. Студент учится выбирать и формулировать тему, а также определять жанр публикаций для достижения цели, которая стоит перед ним, как перед автором. Как собирать материал для своих публикаций, какие источники использовать и как корректно ссылаться на них. Кроме этого, поднимается вопрос об этике в рекламе и пиаре. Студент в ходе занятий ответит на вопрос: «А как создать текст так, чтобы его заметили, прочитали и отреагировали, но при этом остаться в рамках этики?»

Сторителлинг в социальных сетях: создание и редактирование письменных историй

Как интересно рассказать историю, чтобы реализовать правило маркетинга «human to human, soul to soul» (человек для человека, душа к душе?) в продвижении проекта в социальных сетях? При работе над данной темой студенты обращаются к понятиям «сторителлинг», «нейрокопирайтинг»,

«психолингвистические основы рекламы», чтобы научиться выявлять психологические триггеры общества, своей целевой аудитории для реализации SMM-стратегии в социальных сетях. Студент практикуется в написании текстов и их редактировании, благодаря работе в малых группах на семинарских занятиях студенты отрабатывают навык общения в редакторской команде.

Создание и редактирование визуального контента

При работе над данной темой студенты обращаются к увлекательному миру фотографии и видео, самостоятельно готовят доклады для общего пользования на темы развития фотографии и видео. На семинарских занятиях отрабатывают навык работы с фото- и видеокамерой, учатся редактированию на встроенных функциях телефонов и фотоаппаратов. Отрабатывают навык поиска материала, а также работают с источниками в поиске референсов (примеров, отсылок) для съемок.

Обработка визуального контента

В ходе лекционных занятий преподаватель предоставляет слушателям информацию о сервисах по обработке визуального контента, на семинарских занятиях идет практическая отработка в приложениях и специальных программах по обработке визуального контента, вводятся понятия «визуал ленты», «единый стиль ленты», «макеты сториз» и др., понимание которых студенты продемонстрируют на итоговом контрольном мероприятии.

Форматы продвижения в рекламных кабинетах в социальных сетях и на маркетплейсах

Данный раздел посвящен управлению рекламными кампаниями в социальных сетях, студенты учатся, как реализовывать коммуникативные акты с аудиторией, разбираются в интерфейсах рекламных кабинетов, учатся анализировать статистику и загружать объявления.

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. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для академического бакалавриата / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 252 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432893>
2. Ушанов, П. В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 75 с. — ISBN 978-5-4486-0002-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/65718.html>

Дополнительная:

1. Малышев, С. Л. Управление электронным контентом / С. Л. Малышев. — 3-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 124 с. — ISBN 978-5-4486-0528-4. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/79725.html>
2. Нестеренко, Н. А. Контент-менеджмент. Универсальный инструмент для заработка в интернете / Н. А. Нестеренко, А. В. Шантарин. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-91359-289-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/90333.html>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.pinterest.ru> Пинтерест

<https://netology.ru> Нетолоджи

<https://product.mitroshina.org> Сайт "Митрошина Орг"

<https://amplifr.com/ru/> Отложенный постинг

<https://socialblade.com> Статистический сервис для YouTube, Twitch и Instagram

<https://smmplanner.com> Автоматизация наполнения профилей и сообществ в Facebook. «ВКонтакте», Instagram, Twitter и «Одноклассниках»

<https://церебро.рф> Сервис сбора баз пользователей «ВКонтакте» для ретаргета

<https://pepper.ninja> Сервис сбора активной аудитории

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

Образовательный процесс по дисциплине **Мастерская медиаконтента** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Образовательный процесс по дисциплине предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
- доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)
- доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
- интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии и т.д.)

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (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

Лекционные, практические занятия, текущий контроль, групповые и индивидуальные консультации требуют использования аудиторий, оснащенных презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Самостоятельная работа требует использования аудиторий, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», а также доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета, а также 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
Мастерская медиаконтента**

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

ПК.1

Способен управлять информационными ресурсами

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент</p>	<p>Студент знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, знает и умеет создавать фото- и видеоконтент, умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, а также настраивать кампании в рекламных кабинетах социальных сетей</p>	<p style="text-align: center;">Неудовлетворител Студент не знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, не умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, не знает и не умеет создавать фото- и видеоконтент, не умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, а также не умеет настраивать кампании в рекламных кабинетах социальных сетей</p> <p style="text-align: center;">Удовлетворительн Студент не знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, но умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей с ошибками, однако плохо знает и не умеет создавать фото- и видеоконтент, а также не умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне</p> <p style="text-align: center;">Хорошо Студент знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, знает и умеет создавать фото- и видеоконтент, умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, однако у студента возникают сложности с организацией кампании в рекламных кабинетах социальных сетей</p> <p style="text-align: center;">Отлично Студент знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, знает и умеет создавать фото- и видеоконтент, умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, а также настраивать кампании в</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		Отлично рекламных кабинетах социальных сетей

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

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 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Современная медиасфера: разработка и реализация SMM-стратегии Входное тестирование	Знание базовых понятий курса: «медиасфера», «целевая аудитория», «каналы коммуникации», «социальные сети», а также понимание функций современной медиасферы, понимание взаимодействия СМИ, пиара и smm как элементов медиасферы, умение писать тексты и анализировать визуальную информацию
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент	Копирайтинг для социальных сетей (инфостиль) Письменное контрольное мероприятие	Знание понятий: «общество», «сферы общества», «целевая аудитория», «социальные типы» и «социальная стратификация», «современные СМИ» и «социальные сети», «функции СМИ» и др. Знание определения и предмета изучения social media marketing как показательного примера развития общества в сторону тесного переплетения и созависимости различных сфер жизнедеятельности человека. Знание классификаций контента, его стилей и научных школ, которые занимаются вопросами текста, нарратива, дискурса и др. Умение писать текст, редактировать его.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент	Обработка визуального контента Письменное контрольное мероприятие	Навык создания и редактирования текстов, которые наполняют разные социальные сети (ВК, Instagram, Facebook и др.). Умение собирать материал для своих публикаций, использование источников. Знание определений понятий: «сторителлинг», «нейрокопирайтинг», «психолингвистические основы рекламы».
ПК.1.1 Создает, редактирует и продвигает контент	Форматы продвижения в рекламных кабинетах в социальных сетях и на маркетплейсах Итоговое контрольное мероприятие	Умение работать в команде, знание алгоритма работы над проектом и умение разработать стратегию smm-продвижения, оформление текстового и визуального контента в одной из социальных сетей, настройка рекламной кампании, защита проекта.

Спецификация мероприятий текущего контроля

Современная медиасфера: разработка и реализация SMM-стратегии

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **.5 часа**

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

Максимальный балл, выставяемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Текст творческой работы выполнен в жанре эссе с доказательной базой	5
Разнообразные аргументы из разных областей знания	3
Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, допускается 2 речевых ошибки)	2

Копирайтинг для социальных сетей (инфостиль)

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
Каждый правильный ответ на вопрос с развернутым аргументированным объяснением своей точки зрения	3
Разнообразные аргументы из разных областей знания, иллюстрация ответа примерами, подкрепленными текстовыми и визуальными данными из социальных сетей. Оценивается	2

для каждого вопроса.	
Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, допускается 2 речевых ошибки). Оценивается каждый ответ.	1

Обработка визуального контента

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **14**

Показатели оценивания	Баллы
Каждый правильный ответ на вопрос с развернутым аргументированным объяснением своей точки зрения	3
Разнообразные аргументы из разных областей знания, иллюстрация ответа примерами, подкрепленными текстовыми и визуальными данными из социальных сетей. Оценивается для каждого ответа.	2
Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, допускается 2 речевых ошибки). Оценивается для каждого ответа.	1

Форматы продвижения в рекламных кабинетах в социальных сетях и на маркетплейсах

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Проект представлен в одной из социальных сетей в оформленном виде, сформирована рекламная кампания, проведена и представлена в виде аналитики, защита которого проходит по заранее проверенной преподавателем текстовой форме	17
В проекте представлен разнообразный текстовый и визуальный контент	13
Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, не допускаются и речевые ошибки)	10