

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич
Должность: Ректор
Дата подписания: 19.06.2025 16:39:41
Уникальный программный ключ:
8df276ee93e17c18e7bee9e7cad2d0ed9ab82473

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Российский государственный университет им. А.Н. Косыгина
(Технологии. Дизайн. Искусство)»

Институт	Социальной инженерии
Кафедра	Социологии и рекламных коммуникаций

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Современные технологии создания медиапродукта

Уровень образования	<i>бакалавриат</i>	
<i>Направление подготовки</i>	42.03.01	Реклама и связи с общественностью
	42.03.02	Журналистика
	42.03.04	Телевидение
<i>Направленность (профиль)</i>	Рекламные технологии в медиаиндустрии	
	Стратегические коммуникации и бренд-аналитика	
	Международная журналистика и медиапроекты	
	Ведение телевизионных программ	
	Мультимедийная журналистика	
	Телевизионные технологии и производство медиапроектов	
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	<i>4 года</i>	
Форма(-ы) обучения	<i>очная</i>	

Рабочая программа учебной дисциплины «Современные технологии создания медиапродукта» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 07 от 27.03.2025 г.

Разработчик(и) рабочей программы учебной дисциплины:

1. *доцент* *Н.В. Мирошниченко*

Заведующий кафедрой: *А.А. Комарова*

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ

Учебная дисциплина «Современные технологии создания медиапродукта» изучается в третьем семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

1.1. Форма промежуточной аттестации:

экзамен

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина «Современные технологии создания медиапродукта» относится к обязательной части ОПОП.

Основой для освоения дисциплины являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам:

- Основы теории коммуникации;
- Социальная инженерия.

Результаты обучения по учебной дисциплине, используются при изучении следующих дисциплин и прохождения практик:

- Основы проектной деятельности;
- Экономическая культура и финансовая грамотность;
- Медиапланирование.

Результаты освоения учебной дисциплины в дальнейшем будут использованы при выполнении выпускной квалификационной работы, особенно при выполнении выпускной квалификационной работы по программе «Стартап как диплом».

2. ЦЕЛИ И ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (МОДУЛЮ)

Целью изучения дисциплины «Современные технологии создания медиапродукта» является:

- **формирование комплексного представления о технике и технологиях работы и производства контента в различных типах медиа, а также об исторических этапах развития и современном состоянии данных технологий**
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине;

Результатом обучения по учебной дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенции(й) и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения учебной дисциплины.

2.1. Формируемые компетенции, индикаторы достижения компетенций, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в	ИД-ОПК-2.2 Соблюдение принципа объективности в создаваемых коммуникационных материалах при освещении деятельности общественных и государственных институтов ИД-ОПК-2.3	Осознание роли медиа в формировании общественного мнения, развитие критического мышления для анализа медиаконтента. Соблюдение правовых и этических норм, включая защиту авторских прав и конфиденциальности данных.

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
<i>создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах</i>	<i>Учет особенностей государственной информационной политики СМИ и основных тенденций развития общественных и государственных институтов при создании и продвижении медиапродукта</i>	<i>Формирование уважения к культурному наследию России и национальным ценностям. Понимание специфики медиатехнологий, включая видеомонтаж, звукозапись, дизайн и дистрибуцию контента. Владение методами анализа аудитории, оценки эффективности медиапроектов и прогнозирования спроса.</i>
ОПК-3 <i>Способен использовать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</i>	<i>ИД-ОПК-3.1 Анализ исторических фактов и тенденций развития отечественной и мировой культуры ИД-ОПК-3.2 Критический анализ классической и современной культуры, обоснование собственного видения базовых концепций, выявление их влияния на разработку коммуникационного продукта ИД-ОПК-3.3 Использование многообразия достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов</i>	<i>Знание этапов создания медиапродукта: от препродакшена до постпродакшена, включая разработку концепций и брифов. Создание медиаконтента в различных форматах: подкасты, видеоролики, презентации, электронные издания. Работа с профессиональным ПО: монтажники (Adobe Premiere, Final Cut), графические редакторы (Photoshop), программы для анимации. Управление проектами: планирование бюджета, распределение ресурсов, контроль сроков.</i>
ОПК-6 <i>Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности</i>	<i>ИД-ОПК-6.1 Использование основных принципов, методов и свойств информационных технологий для решения задач профессиональной деятельности</i>	<i>Умение проводить медиаанализ, оценивать риски и корректировать стратегию на основе данных. Эффективное взаимодействие в команде, ведение переговоров с заказчиками, презентация проектов. Разработка оригинальных концепций, адаптация идей под требования целевой аудитории. Разработка календарно-тематических планов, контент-стратегий, оценка ROI. Использование SMM, таргетированной рекламы, партнёрских программ. Сегментация аудитории, создание «аватаров» пользователей, анализ обратной связи.</i>

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины/модуля по учебному плану составляет:

<i>по очной форме обучения –</i>	4	з.е.	128	час.
----------------------------------	---	-------------	-----	-------------

3.1. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий
(очная форма обучения)

Структура и объем дисциплины									
Объем дисциплины по семестрам	Форма промежуточной аттестации	всего, час	Контактная аудиторная работа, час				Самостоятельная работа обучающегося, час		
			лекции, час	практические занятия, час	лабораторные занятия, час	практическая подготовка, час	курсовая работа/ курсовой проект	самостоятельная работа обучающегося, час	промежуточная аттестация, час
Семестр 3	экзамен	128	16	34				46	32
Всего:		128	6	34				46	32

3.2. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины: (очная форма обучения)

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенции(й) и индикаторов достижения компетенций	Наименование разделов, тем; форма(ы) промежуточной аттестации	Виды учебной работы				Самостоятельная работа, час	Виды и формы контрольных мероприятий, обеспечивающие по совокупности текущий контроль успеваемости; формы промежуточного контроля успеваемости
		Контактная работа					
		Лекции, час	Практические занятия, час	Лабораторные работы/ индивидуальные занятия, час	Практическая подготовка, час		
	Семестр 3						
ОПК-2 ИД-ОПК-2.2 ИД-ОПК-2.3 ОПК-3 ИД-ОПК-3.1 ИД-ОПК-3.2 ИД-ОПК-3.3 ОПК-6 ИД-ОПК-6.1	Тема 1.1 Концепция медиапродукта. Формирование замысла, постановка целей и задач. Этические аспекты создания медиапродукта	4	4	х	х	6	Формы текущего контроля по разделу I: 1. устный опрос, 2. самостоятельные работы, 3. дискуссия
	Тема 1.2 Этапы проектирования медиапродукта. Генерация и отбор идей, управление сроками, контроль качества	2	4	х	х	10	
	Тема 1.3 Продвижение медиапродукта. Разработка рекламных и PR-мероприятий, использование социальных сетей и других инструментов	4	6	х	х	10	
	Тема 1.4 Модели распространения медиапродукта. Бесплатные и платные форматы, достижение целевой аудитории через распространение и продвижение	4	10	х	х	10	
	Тема 1.5 Виртуальные сообщества в социальных медиа как платформа для создания медиапродуктов. Использование больших данных и нейросетей в медиасфере	2	10	х	х	10	
	Экзамен	х	х	х	х	32	экзамен
	ИТОГО за семестр 3	16	34	х	х	78	
	ИТОГО за весь период	16	34	х	х	78	

3.3. Краткое содержание учебной дисциплины:

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
1	Тема 1.1 Концепция медиапродукта. Формирование замысла, постановка целей и задач. Этические аспекты создания медиапродукта	<i>Определение темы и жанра. Формулировка идеи. Выбор формата и стиля. Постановка целей и задач. Изучение целевой аудитории. Определение ключевых метрик. Разработка стратегии продвижения. Некоторые этические принципы создания медиапродукта: Честность и правдивость. Конфиденциальность и защита источников. Независимость и отсутствие конфликта интересов. Инклюзивность и уважение к разнообразию. Открытость к обратной связи.</i>
2	Тема 1.2 Этапы проектирования медиапродукта. Генерация и отбор идей, управление сроками, контроль качества	<i>Генерация идей - методы генерации идей для медиапродукта: Анализ аудитории. Изучение предпочтений, интересов и потребностей пользователей. Изучение трендов. Анализ новостей и событий в нише. Использование креативных методов - мозговой штурм, карта мыслей, техники, которые помогают найти нестандартные решения. Коллаборации и партнёрства. Сотрудничество с другими блогерами, инфлюенсерами или экспертами в области Тестирование идей. Запуск нескольких пилотных проектов. Сбор обратной связи. Использование опросов и комментариев. Оценка ресурсов. Разработка графика. Отслеживание и обновление графика. Использование специализированных инструментов - систем управления задачами, диаграмм Ганта, которые позволяют автоматизировать процессы и улучшить координацию работы команды. Системный контроль. Оценка итогового продукта. Контроль «промежуточных» материалов - проверка заявок на тему, текстов, которые сдаются на обработку, позволяет оценить профессионализм сотрудников.</i>
3	Тема 1.3 Продвижение медиапродукта. Разработка рекламных и PR-мероприятий, использование социальных сетей и других инструментов	<i>Разработка рекламных и PR мероприятий. Анализ целевой аудитории: Определение ключевых характеристик и предпочтений аудитории. Создание стратегии продвижения: Формулирование целей и задач, выбор каналов коммуникации. Рекламные кампании: Разработка креативных концепций, выбор рекламных форматов (видео, баннеры, статьи и т.д.). PR-активности: Организация пресс-туров, интервью с экспертами, публикации в СМИ. Использование социальных сетей. Платформы и их особенности: Анализ популярных социальных сетей (Facebook, Instagram, Twitter, VK и др.) и выбор наиболее подходящих. Контент-стратегия: Создание и публикация регулярного контента, включая фото, видео, статьи. Взаимодействие с аудиторией: Мониторинг комментариев, ответы на вопросы, работа с обратной связью. Таргетированная реклама: Настройка рекламных кампаний в социальных сетях для достижения максимальной эффективности. Другие инструменты продвижения. SEO и контент-маркетинг: Оптимизация контента для поисковых систем, создание полезного и уникального контента. Email-маркетинг: Рассылки новостей, обновлений и специальных предложений. Партнерские программы: Сотрудничество с другими медиа и брендами. Вебинары и онлайн-мероприятия: Проведение обучающих и развлекательных мероприятий для привлечения внимания к продукту. Аналитика и мониторинг: Отслеживание результатов продвижения, анализ эффективности различных каналов и корректировка стратегии.</i>

4	Тема 1.4 Модели распространения медиапродукта. Бесплатные и платные форматы, достижение целевой аудитории через распространение и продвижение	<i>Цель распространения. Специфика медиапродукта. Особенности целевой аудитории. Разные каналы восприятия информации и эффективность распространения. Бюджет. Ограничения на выбор средств распространения. Внутреннее продвижение. Использование собственного эфирного времени и площадок для размещения рекламы внутри медиакомпаний. Внешнее продвижение. Использование рекламных площадок других СМИ или сторонних сервисов для привлечения внимания к медиапродукту без использования ресурсов выпускающего СМИ. Продуктовый подход. Медиапродукт предлагается аудитории как товар, и распространение зависит от спроса на информацию.</i>
5	Тема 1.5 Виртуальные сообщества в социальных медиа как платформа для создания медиапродуктов. Использование больших данных и нейросетей в медиасфере	<i>Виртуальные сообщества в социальных медиа как платформа для создания медиапродуктов: интерактивность как ключевая характеристика «новой среды». Функции производства контента в новых медиа: производство информации, её отбор, публикация, распространение и потребление. Влияние виртуальных сообществ на медиасистему. Примеры использования виртуальных платформ, таких как AR и VR, в медиа.</i> <i>Анализ больших объёмов данных из соцсетей с помощью искусственного интеллекта. Выявление тенденций, предсказание трендов и прогнозирование результатов будущих кампаний. Персонализация контента и рекламы на основе предпочтений и интересов конкретного пользователя. Мониторинг и анализ отзывов, распознавание эмоционального окраса и выявление ключевых слов. Вопросы, связанные с внедрением ИИ на разных этапах производственного цикла — от сбора данных до создания медиапродукта и распространения его среди целевых аудиторий.</i>

3.4. Организация самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа студента – обязательная часть образовательного процесса, направленная на развитие готовности к профессиональному и личностному самообразованию, на проектирование дальнейшего образовательного маршрута и профессиональной карьеры.

Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине организована как совокупность аудиторных и внеаудиторных занятий и работ, обеспечивающих успешное освоение дисциплины.

Аудиторная самостоятельная работа обучающихся по дисциплине выполняется на учебных занятиях под руководством преподавателя и по его заданию. Аудиторная самостоятельная работа обучающихся входит в общий объем времени, отведенного учебным планом на аудиторную работу, и регламентируется расписанием учебных занятий.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся – планируемая учебная, научно-исследовательская, практическая работа обучающихся, выполняемая во внеаудиторное время по заданию и при методическом руководстве преподавателя, но без его непосредственного участия, расписанием учебных занятий не регламентируется.

Внеаудиторная самостоятельная работа обучающихся включает в себя:

- *подготовку к лекциям, практическим занятиям, экзамену;*
- *изучение учебных пособий;*
- *изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;*
- *выполнение домашних заданий;*
- *подготовка рефератов и докладов, эссе;*
- *выполнение индивидуальных заданий;*
- *подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра.*

Самостоятельная работа обучающихся с участием преподавателя в форме иной контактной работы предусматривает групповую и (или) индивидуальную работу с обучающимися и включает в себя:

- *проведение индивидуальных и групповых консультаций по отдельным темам/разделам дисциплины;*
- *проведение консультаций перед экзаменом.*

3.5. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

При реализации программы учебной дисциплины электронное обучение и дистанционные образовательные технологии не применяются.

4. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

4.1. Соотнесение планируемых результатов обучения с уровнями сформированности компетенции(й).

Уровни сформированности компетенции(-й)	Итоговое количество баллов в 100-балльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Оценка в пятибалльной системе по результатам текущей и промежуточной аттестации	Показатели уровня сформированности
			профессиональной(-ых) компетенции(-й)
			ОПК-2 (ИД-ОПК-2.2, 2.3) ОПК-3 (ИД-ОПК-3.1, 3.2, 3.3) ОПК-6 (ИД-ОПК-6.1)
высокий	85 – 100	отлично	Обучающийся: – исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет связывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения; – показывает способности в понимании, изложении и практическом использовании методов анализа целевой аудитории; – дополняет теоретическую информацию сведениями статистического и фактологического характера; – способен провести целостный анализ рынка и обосновать выбор стратегии медиапродукта; – свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе; дает развернутые, исчерпывающие, профессионально грамотные ответы на вопросы, в том числе, дополнительные.
повышенный	65 – 84	хорошо	Обучающийся: – достаточно подробно, грамотно и по существу излагает изученный материал, приводит и раскрывает в тезисной форме основные понятия; – анализирует реальные кейсы, составляет портрет целевой аудитории для медиапродукта; – способен провести анализ конкурентов; – допускает единичные негрубые ошибки; – достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.
базовый	41 – 64	удовлетворительно	Обучающийся: – демонстрирует теоретические знания основного учебного материала дисциплины в объеме, необходимом для дальнейшего освоения ОПОП;

			– с неточностями излагает принятые в отечественной и зарубежной практике принципы и методики анализа целевой аудитории; – анализируя рынок и конкурентов, с затруднениями прослеживает логику событий; – демонстрирует фрагментарные знания основной учебной литературы по дисциплине; ответ отражает знания на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы и предстоящей работы по профилю обучения.
низкий	0 – 40	неудовлетворительно/ не зачтено	Обучающийся: – демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации; – испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами; – не способен проанализировать рынок и конкурентов, затрудняется с выбором стратегии запуска стартап-проекта; – не владеет принципами финансового оздоровления предприятия; знаниями российского законодательства в сфере несостоятельности (банкротства) предприятия; – выполняет задания только по образцу и под руководством преподавателя; – ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.

5. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ, ВКЛЮЧАЯ САМОСТОЯТЕЛЬНУЮ РАБОТУ ОБУЧАЮЩИХСЯ

При проведении контроля самостоятельной работы обучающихся, текущего контроля и промежуточной аттестации по учебной дисциплине «Современные технологии создания медиапродукта» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

5.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
1	Обсуждение в формате круглого стола «История медиаиндустрии и технологий создания медиапродуктов»	1. Подготовка доклада 2. Подготовка презентации к докладу 3. Подготовка выступления (5 мин) 4. Подготовка к обсуждению выступлений	ОПК-2 (ИД-ОПК-2.2,2.3) ОПК-3 (ИД-ОПК-3.1, 3.2, 3.3) ОПК-6 (ИД-ОПК-6.1)

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий	Формируемая компетенция
2	Практическая работа	Практическая работа предполагает выполнение расчетно-аналитических заданий в цифровой среде	
3	Контрольная работа	Контрольная работа по теме 1.4 «Медиамаркетинг. Медиаменеджмент» Каждый вариант содержит 2 вопроса Пример: Вариант 1 1. Контент-маркетинг. 2. Кадровая политика СМИ	

5.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Контрольная работа	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.	12 – 15 баллов	5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.	9 – 11 баллов	4
	Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.	5 – 8 баллов	3
	Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.	0 - 4 баллов	2
Обсуждение в формате круглого стола «Рынок маркетинговых исследований в России и мире»	Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.	12 – 15 баллов	5
	Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.	9 – 11 баллов	4

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	<i>Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.</i>	<i>5 – 8 баллов</i>	<i>3</i>
	<i>Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.</i>	<i>0 - 4 баллов</i>	<i>2</i>
<i>Практическая работа</i>	<i>Работа выполнена полностью. Нет ошибок в логических рассуждениях. Возможно наличие одной неточности или описки, не являющиеся следствием незнания или непонимания учебного материала. Обучающийся показал полный объем знаний, умений в освоении пройденных тем и применение их на практике.</i>	<i>20 - 25 баллов</i>	<i>5</i>
	<i>Работа выполнена полностью, но обоснований шагов решения недостаточно. Допущена одна ошибка или два-три недочета.</i>	<i>16 - 20 баллов</i>	<i>4</i>
	<i>Допущены более одной ошибки или более двух-трех недочетов.</i>	<i>7 - 15 баллов</i>	<i>3</i>
	<i>Работа выполнена не полностью. Допущены грубые ошибки.</i>	<i>2 - 5 баллов</i>	<i>2</i>

5.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:	Формируемая компетенция
<i>Экзамен: в устной форме защита проекта</i>	<i>Определение темы и жанра. Формулировка идеи. Выбор формата и стиля. Постановка целей и задач. Изучение целевой аудитории. Определение ключевых метрик. Разработка стратегии продвижения. Некоторые этические принципы создания медиапродукта: Честность и правдивость. Конфиденциальность и защита источников. Независимость и отсутствие конфликта интересов. Инклюзивность и уважение к разнообразию. Открытость к обратной связи. Генерация идей - методы генерации идей для медиапродукта:</i>	<i>ОПК-2 (ИД-ОПК-2.2,2.3) ОПК-3 (ИД-ОПК-3.1, 3.2, 3.3) ОПК-6 (ИД-ОПК-6.1)</i>

	<i>Анализ аудитории. Изучение предпочтений, интересов и потребностей пользователей. Изучение трендов. Анализ новостей и событий в нише. Использование креативных методов - мозговой штурм, карта мыслей, техники, которые помогают найти нестандартные решения. Коллаборации и партнёрства. Сотрудничество с другими блогерами, инфлюенсерами или экспертами в области</i> <i>Тестирование идей. Запуск нескольких пилотных проектов. Сбор обратной связи. Использование опросов и комментариев. Оценка ресурсов. Разработка графика. Отслеживание и обновление графика. Использование специализированных инструментов - систем управления задачами, диаграмм Ганта, которые позволяют автоматизировать процессы и улучшить координацию работы команды. Системный контроль. Оценка итогового продукта. Контроль «промежуточных» материалов - проверка заявок на тему, текстов, которые сдаются на обработку, позволяет оценить профессионализм сотрудников.</i> <i>Разработка рекламных и PR мероприятий. Анализ целевой аудитории: Определение ключевых характеристик и предпочтений аудитории. Создание стратегии продвижения: Формулирование целей и задач, выбор каналов коммуникации.</i> <i>Рекламные кампании: Разработка креативных концепций, выбор рекламных форматов (видео, баннеры, статьи и т.д.). PR-активности: Организация пресс-туров, интервью с экспертами, публикации в СМИ. Использование социальных сетей. Платформы и их особенности: Анализ популярных социальных сетей (Facebook, Instagram, Twitter, VK и др.) и выбор наиболее подходящих. Контент-стратегия: Создание и публикация регулярного контента, включая фото, видео, статьи. Взаимодействие с аудиторией: Мониторинг комментариев, ответы на вопросы, работа с обратной связью.</i> <i>Таргетированная реклама: Настройка рекламных кампаний в социальных сетях для достижения максимальной эффективности. Другие инструменты продвижения. SEO и контент-маркетинг: Оптимизация контента для поисковых систем, создание полезного и уникального контента. Email-маркетинг: Рассылки новостей, обновлений и специальных предложений. Партнерские программы: Сотрудничество с другими медиа и брендами. Вебинары и онлайн-мероприятия: Проведение обучающих и развлекательных мероприятий для привлечения внимания к продукту. Аналитика и мониторинг: Отслеживание результатов продвижения, анализ эффективности различных каналов и корректировка стратегии.</i> <i>Цель распространения. Специфика медиапродукта. Особенности целевой аудитории. Разные каналы восприятия информации и эффективность распространения. Бюджет. Ограничения на выбор средств распространения. Внутреннее продвижение. Использование собственного эфирного времени и площадок для размещения рекламы внутри медиакомпании. Внешнее продвижение. Использование рекламных площадок других СМИ или сторонних сервисов для привлечения внимания к медиапродукту без использования ресурсов выпускающего СМИ.</i> <i>Продуктовый подход. Медиапродукт предлагается аудитории как товар, и распространение зависит от спроса на информацию.</i> Виртуальные сообщества в социальных медиа как платформа для создания медиапродуктов: <i>интерактивность как ключевая характеристика «новой среды». Функции производства контента в новых медиа: производство информации, её отбор, публикация, распространение и потребление. Влияние виртуальных сообществ на медиасистему. Примеры использования виртуальных платформ, таких как AR и VR, в медиа.</i>	
--	--	--

	<i>Анализ больших объемов данных из соцсетей с помощью искусственного интеллекта. Выявление тенденций, предсказание трендов и прогнозирование результатов будущих кампаний. Персонализация контента и рекламы на основе предпочтений и интересов конкретного пользователя. Мониторинг и анализ отзывов, распознавание эмоционального окраса и выявление ключевых слов. Вопросы, связанные с внедрением ИИ на разных этапах производственного цикла — от сбора данных до создания медиапродукта и распространения его среди целевых аудиторий.</i>	
--	---	--

5.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
<i>Экзамен: в устной форме по билетам</i>	<i>Обучающийся:</i> – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полное исчерпывающее описание разделов презентации, уверенно отвечает как на основные вопросы, так и на дополнительные; – свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию; – способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ; – логично и доказательно раскрывает по плану разделы презентации; – свободно обосновывает данные расчетов. <i>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</i>	<i>16 -20 баллов</i>	<i>5</i>
	<i>Обучающийся:</i> – показывает достаточное знание учебного материала, но допускает несущественные фактические ошибки, которые способен исправить самостоятельно, благодаря наводящему вопросу; – недостаточно раскрыты некоторые разделы проекта; – недостаточно логично построено изложение презентации; – успешно представляет цифровые данные по проекту,	<i>12 – 15 баллов</i>	<i>4</i>

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Пятибалльная система
	– демонстрирует, в целом, системный подход к решению практических задач, к самостоятельному пополнению и обновлению знаний в ходе дальнейшей учебной работы и профессиональной деятельности. В ответе раскрыто, в основном, содержание разделов, имеются неточности при ответе на дополнительные вопросы.		
	Обучающийся: – показывает знания фрагментарного характера, которые отличаются поверхностностью и малой содержательностью, допускает фактические грубые ошибки; – не может обосновать закономерности и принципы, объяснить факты, нарушена логика изложения, отсутствует осмысленность представляемого материала, представления о межпредметных связях слабые; – в расчетах допущены незначительные ошибки и неточности. Содержание билета раскрыто слабо, имеются неточности при ответе на основные и дополнительные вопросы, ответ носит репродуктивный характер.	6 – 11 баллов	3
	Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала, допускает принципиальные ошибки в выполнении предусмотренных программой практических заданий. На большую часть дополнительных вопросов по проекту затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.	0 – 5 баллов	2

5.5. Система оценивания результатов текущего контроля и промежуточной аттестации.

Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.

Форма контроля	100-балльная система	Пятибалльная система
Текущий контроль:		
- <i>круглый стол</i>	<i>0 - 20 баллов</i>	<i>Зачтено/не зачтено</i>
- <i>практическая работа</i>	<i>0 - 20 баллов</i>	<i>Зачтено/не зачтено</i>
- <i>контрольная работа</i>	<i>0 - 20 баллов</i>	<i>Зачтено/не зачтено</i>
Промежуточная аттестация (экзамен)	<i>0 - 40 баллов</i>	<i>Отлично</i> <i>Хорошо</i> <i>Удовлетворительно</i> <i>Неудовлетворительно</i>
Итого за семестр (дисциплину): экзамен	<i>0 - 100 баллов</i>	

Полученный совокупный результат конвертируется в пятибалльную систему оценок в соответствии с таблицей:

100-балльная система	пятибалльная система
	зачет
85 – 100 баллов	Отлично
70 – 84 баллов	Хорошо
41 – 69 баллов	Удовлетворительно
0 – 40 баллов	Неудовлетворительно

6. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- *проблемная лекция;*
- *проведение интерактивных лекций;*
- *групповых дискуссий;*
- *ролевых игр;*
- *анализ ситуаций и имитационных моделей;*
- *преподавание дисциплины в форме тем, составленных на основе результатов научных исследований, в том числе с учётом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей;*
- *поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;*
- *просмотр учебных фильмов с их последующим анализом;*
- *использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий;*
- *обучение в сотрудничестве (командная, групповая работа).*

7. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины не реализуется.

8. ОРГАНИЗАЦИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ДЛЯ ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья и инвалидов используются подходы, способствующие созданию безбарьерной образовательной среды: технологии дифференциации и индивидуального обучения, применение соответствующих методик по работе с инвалидами, использование средств дистанционного общения, проведение дополнительных индивидуальных консультаций по изучаемым теоретическим вопросам и практическим занятиям, оказание помощи при подготовке к промежуточной аттестации.

При необходимости рабочая программа дисциплины может быть адаптирована для обеспечения образовательного процесса лицам с ограниченными возможностями здоровья, в том числе для дистанционного обучения.

Учебные и контрольно-измерительные материалы представляются в формах, доступных для изучения студентами с особыми образовательными потребностями с учетом нозологических групп инвалидов:

Для подготовки к ответу на практическом занятии, студентам с ограниченными возможностями здоровья среднее время увеличивается по сравнению со средним временем подготовки обычного студента.

Для студентов с инвалидностью или с ограниченными возможностями здоровья форма проведения текущей и промежуточной аттестации устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей (устно, письменно на бумаге, письменно на компьютере, в форме тестирования и т.п.).

Промежуточная аттестация по дисциплине может проводиться в несколько этапов в форме рубежного контроля по завершению изучения отдельных тем дисциплины. При необходимости студенту предоставляется дополнительное время для подготовки ответа на зачете или экзамене.

Для осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся создаются, при необходимости, фонды оценочных средств, адаптированные для лиц с ограниченными возможностями здоровья и позволяющие оценить достижение ими запланированных в основной образовательной программе результатов обучения и уровень сформированности всех компетенций, заявленных в образовательной программе.

9. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение *дисциплины/модуля* при обучении с использованием традиционных технологий обучения.

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 2, строение 6	
<i>аудитории для проведения занятий лекционного типа</i>	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – микрофон
<i>аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и</i>	комплект учебной мебели,

Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.	Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.
<i>индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</i>	технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор
<i>читальный зал библиотеки:</i>	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
119071, г. Москва, Малый Калужский переулок, дом 2, строение 5	
<i>аудитории для проведения занятий лекционного типа</i>	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – микрофон
<i>аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</i>	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
<i>читальный зал библиотеки:</i>	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»
119071, г. Москва, улица Малая Калужская, дом 1	
<i>аудитории для проведения занятий лекционного типа</i>	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор, – микрофон
<i>аудитории для проведения занятий семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации</i>	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор
Помещения для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся
<i>читальный зал библиотеки:</i>	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

10. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

№ п/п	Автор(ы)	Наименование издания	Вид издания (учебник, УП, МП и др.)	Издательство	Год издания	Адрес сайта ЭБС или электронного ресурса (заполняется для изданий в электронном виде)	Количество экземпляров в библиотеке Университета
10.1 Основная литература, в том числе электронные издания							
1	Куличкина, Г. В.	Технологические основы социально-культурной деятельности. Масс-медиа	Учебник	М.: ЮРАЙТ	2025	https://urait.ru/bcode/564952	1
2	Шелонаев С.И.	Медиаэкономика	Учебник	Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна	2017		2
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Вартанова Е.Л.	Медиаэкономика зарубежных стран.	Учебник	М.: Аспект Пресс	2003	-	12

11. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

11.1. Ресурсы электронной библиотеки, информационно-справочные системы и профессиональные базы данных:

Информация об используемых ресурсах составляется в соответствии с Приложением 3 к ОПОП ВО.

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» http://www.e.lanbook.com/
2.	«Znaniium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» http://znaniium.com/
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znaniium.com» http://znaniium.com/
4.	Образовательная платформа Юрайт http://urait.ru/

11.2. Перечень программного обеспечения

Перечень используемого программного обеспечения с реквизитами подтверждающих документов составляется в соответствии с Приложением № 2 к ОПОП ВО.

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	Windows 10 Pro, MS Office 2019	контракт № 18-ЭА-44-19 от 20.05.2019

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ
ДИСЦИПЛИНЫ**

В рабочую программу учебной дисциплины внесены изменения/обновления и утверждены на заседании кафедры:

№ пп	год обновления РПД	характер изменений/обновлений с указанием раздела	номер протокола и дата заседания кафедры