

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Белгородский Валерий Савельевич  
Должность: Ректор  
Дата подписания: 21.09.2023 17:35:26  
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      Институт славянской культуры  
Кафедра      Общей и славянской филологии

## РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

### Продвижение медиа-проекта в Интернете

Уровень образования	бакалавриат
Направление подготовки	45.03.01      Филология
Направленность (профиль)	Интернет-журналистика
Срок освоения образовательной программы по очной форме обучения	4 года
Форм обучения	очная

Рабочая программа учебной дисциплины «Продвижение медиа-проекта в Интернете» основной профессиональной образовательной программы высшего образования, рассмотрена и одобрена на заседании кафедры, протокол № 6 от 10.03.2023 г.

Разработчик рабочей программы учебной дисциплины:

профессор                      И.В. Бугаева

И.о. зав. кафедрой:              И.В. Бугаева

## **1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ**

Учебная дисциплина «Продвижение медиа-проекта в Интернете» изучается в восьмом семестре.

Курсовая работа/Курсовой проект – не предусмотрен(а)

1.1. Форма промежуточной аттестации:

зачет

Место учебной дисциплины в структуре ОПОП

Учебная дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений.

Основой для освоения дисциплины «Продвижение медиа-проекта в Интернете» являются результаты обучения по предшествующим дисциплинам и практикам:

- Основы Интернет-журналистики;
- Цифровая культура и информационная безопасность;
- Социология современного управления;
- Основы теории коммуникации;
- Правовые основы Интернет-журналистики;
- Мастер-класс «SMM-технологии»

Результаты освоения учебной дисциплины «Продвижение медиа-проекта в Интернете» в дальнейшем будут использованы при прохождении производственной практики и (или) выполнении выпускной квалификационной работы).

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

Целями изучения дисциплины «Продвижение медиа-проекта в Интернете» являются:

- формирование представлений специфике работы SMM-специалиста в цифровой среде;
- формирование умений создания лояльных комьюнити, адаптация контента под разные площадки и оценка эффективности;
- формирование понимания сущности социальной сети как инструмента продвижения, а SMM как части медийной кампании.
- формирование у обучающихся компетенций, установленных образовательной программой в соответствии с ФГОС ВО по данной дисциплине.

Результатом обучения по дисциплине является овладение обучающимися знаниями, умениями, навыками и опытом деятельности, характеризующими процесс формирования компетенций и обеспечивающими достижение планируемых результатов освоения 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
ПК-1 Способен выбрать и сформулировать актуальную тему материала, сформировать замысел (или сделать сценарную разработку), определить актуальность информационного повода, определить дальнейший ход работы	ИД-ПК-1.1. Анализирование информационного повода и формулирование актуальной темы публикации, предназначенной для размещения в СМИ
ПК-7 Способен обеспечивать (в соответствии с должностными обязанностями) продвижение медиапродукта, публикаций СМИ на информационный рынок, его информационно-рекламную поддержку	ИД-ПК-7.1. Анализирование канала, стратегии и инструментов продвижения медиапродукта
	ИД-ПК-7.2. Формирование тем для материалов, планирование освещения событий, поиск экспертов и комментаторов
	ИД-ПК-7.3. Определение целевой аудитории медиапродукта
ПК-8 Способен участвовать в производственном процессе выхода издания, теле- радиопрограммы (верстке номера или программы, монтаже аудио-, видеоматериала и т.п.) в соответствии с технологическим циклом на базе современных технологий	ИД-ПК-8.1. Продвижение медиа-проекта в Интернете
	ИД-ПК-8.3. Определение типа представления визуального и текстового материала, подходящего к формату интернет-издания и отвечающий задачам онлайн-трансляции

2.2. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ

Общая трудоёмкость учебной дисциплины по учебному плану составляет:

по очной форме обучения –	3	<b>з.е.</b>	<b>108 час.</b>

### 2.3. Структура учебной дисциплины для обучающихся по видам занятий

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
8 семестр	зачет	108	16		16			76	
Всего:		108	16		16			76	

## 2.4. Структура учебной дисциплины для обучающихся по разделам и темам дисциплины:

Планируемые (контролируемые) результаты освоения: код(ы) формируемой(ых) компетенци(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/индивид уальные занятия	Практическая подготовка час		
<b>восьмой семестр</b>							
ПК-1 ИД-ПК-1.1	Тема 1 Лекция: Кроссмедийность как технология продвижения медиаконтента	2					Устный опрос, кейс, индивидуальные творческие задания,
ПК-7: ИД-ПК-7.1	Тема 1 Практическое занятие: Понятие и классификация социальных медиа.		2				
ИД-ПК-7.2	Тема2 Лекция: Коммуникационный аудит	2					
ИД-ПК-73	Тема 2 Практическое занятие: Анализ целевой аудитории, коммуникационный аудити конкурентный анализ		2				
ПК-7: ИД-ПК-8.1	Тема 3 Лекция: Создание медиаконтента	4					
ИД-ПК-8.3	Тема 3 Практическое занятие: Этапы создания и компоненты медиаконтента		4				
	Тема 4 Лекция: Распространение медиаконтента	2					
	Тема 4 Практическое занятие: Построение стратегии присутствия в социальных сетях.		2				
	Тема 5 Лекция: Мониторинг социальных сетей и блогов: возможности, инструменты, параметры	4					
	Тема 5 Практическое занятие: Методы мониторинга		4				
	Тема 6 Лекция: Продвижение в социальных медиа	2					
	Тема 6 Практическое занятие: Приемы продвижения медиапродуктов		2				
	Тема 7 Лекция: Управление репутацией в социальных сетях.						
	Тема 7 Практическое занятие: Правила реагирования на негатив						
	Зачет						
	<b>ИТОГО за восьмой семестр</b>	16	16			76	

## 2.5. Краткое содержание учебной дисциплины «Продвижение медиа-проекта в Интернете»

№ пп	Наименование раздела и темы дисциплины	Содержание раздела (темы)
Тема 1	Кроссмедийность как технология продвижения медиаконтента	Понятие и классификация социальных медиа. Ключевые тенденции развития новых медиа. Трансформация традиционных медиаформатов под действием цифровых технологий. Типология социально-сетевых и онлайн платформ и онлайн-сообществ. Сервисы социальных медиа. Социальные сети (медиа)
Тема 2	Коммуникационный аудит	Анализ целевой аудитории. Аватар целевой аудитории. Цели и задачи коммуникационного аудита и конкурентного анализа. Основные этапы и принципы проведения аналитических процедур. Использование результатов для формирования контент-стратегии.
Тема 3	Мониторинг социальных сетей и блогов: возможности, инструменты, параметры	Задачи мониторинга. Своевременное обнаружение негатива. Анализ конкурентов. Оценка эффективности продвижения. Получение обратной связи. Поиск тематических дискуссий. Запросы для мониторинга. Методы мониторинга. Выстраивание системы мониторинга.
Тема 4	Создание медиаконтента	Этапы создания медиаконтента: обдумывание и способы генерации идей; командная работа (от креативного одиночки к сплоченной мультидисциплинарной команде; компоненты медиаконтента: инфографика, визуализация, фоторепортаж, видео, интерактивные формы взаимодействия с аудиторией, аудио; гармонизация различных компонентов контента.
Тема 5	Распространение медиаконтента	Построение стратегии присутствия в социальных сетях. Стратегии определения целевой аудитории. Определение ключевых задач кампании. Подбор площадок с высокой концентрацией ЦА. Определение поведенческих особенностей ЦА. Разработка контентной стратегии. Определение системных метрик. Определение необходимых ресурсов. Разработка календарного плана. Оценка эффективности.
Тема 6	Продвижение в социальных медиа	Выбор формата сообщества: группа или страница. Мотивы вступления. Позиционирование сообщества (по бренду/по интересам). Брендинг сообщества. Продвижение сообщества. Ключевые приемы продвижения медиапродуктов на инфорынке: информационная поддержка, плейсмент, экспертное мнение, бартерные сделки, интернет-каналы.
Тема 7	Управление репутацией в социальных сетях.	Виды негативной информации. Работа с негативом Общие правила реагирования на негатив. Особенности работы с различными типами негатива. Конструктивный негатив. Эмоциональный негатив. Черный PR. Троллинг.

## 2.6. 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, зачетам;
- изучение учебных пособий;
- изучение тем, не выносимых на лекции и практические занятия самостоятельно;
- аннотирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- конспектирование монографий, или их отдельных глав, статей;
- изучение теоретического и практического материала по рекомендованным источникам;
- выполнение домашних заданий;
- подготовка рефератов и докладов, эссе.;
- подготовка к промежуточной аттестации в течение семестра;
- создание презентаций по изучаемым темам.

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

- проведение консультаций перед зачетом.

Перечень тем, полностью или частично отнесенных на самостоятельное изучение с последующим контролем:

№ пп	Наименование раздела /темы дисциплины, выносимые на самостоятельное изучение	Задания для самостоятельной работы	Виды и формы контрольных мероприятий (учитываются при проведении текущего контроля)	Трудоемкость, час
Тема 2	Коммуникационный аудит	Провести коммуникационный аудит	Доклад с презентацией.	6
Тема 4	Создание медиаконтента	Индивидуальное творческое задание на одну из тем по выбору студента	Мультимедийная презентация	10
Тема 6	Продвижение в социальных медиа	Подготовка серии постов для наполнения профиля	Скриншот-отчет	14

## 2.7. Применение электронного обучения, дистанционных образовательных технологий

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



### 3. РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПОДИСЦИПЛИНЕ, КРИТЕРИИ ОЦЕНКИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИЙ, СИСТЕМА И ШКАЛА ОЦЕНИВАНИЯ

#### 3.1. 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		
			универсальной(-ых) компетенции(-й)	общепрофессиональной(-ых) компетенций	профессиональной(-ых) компетенции(-й)
					ПК-1 ИД-ПК-1.1 ПК-7: ИД-ПК-7.1 ИД-ПК-7.2 ИД-ПК-73 ПК-7: ИД-ПК-8.1 ИД-ПК-8.3
высокий		зачтено			Обучающийся: -без затруднений может заниматься продвижением в социальных сетях, составляет брифы, разрабатывает медиаплан; – понимает возможность вовлечения читателей в опосредованную коммуникацию благодаря с помощью новых технологий; -определяет конкурентов, негативные тенденции и может их нейтрализовать; - воспринимает и интерпретирует интернет-тексты как тексты

					гетерогенной семиотической структуры; - оценивает свойства современного медиатекста
низкий		незначительно	<p>Обучающийся:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– демонстрирует фрагментарные знания теоретического и практического материала, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации;</li> <li>– отсутствуют выводы, конкретизация и доказательность изложения;</li> <li>– речь неграмотная, не используется профессиональную терминологию;</li> <li>– дополнительные и уточняющие вопросы преподавателя не приводят к коррекции ответа студента;</li> <li>– ответ отражает отсутствие знаний на базовом уровне теоретического и практического материала в объеме, необходимом для дальнейшей учебы.</li> </ul>		

#### 4. 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 «Стилистика русского языка» проверяется уровень сформированности у обучающихся компетенций и запланированных результатов обучения по дисциплине, указанных в разделе 2 настоящей программы.

##### 4.1. Формы текущего контроля успеваемости, примеры типовых заданий:

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
1	кейс	Разработать медиа-проект и предложить стратегию по его продвижению в социальных сетях.
2	Типовые задания	<p><b>Задания для самостоятельной работы</b></p> <p><b>Задание 1.</b> Сделайте аккаунт личного бренда в ВК и ТГ сетях; внесите необходимые настройки; разработать контентную стратегию; продумать визуальный ряд; сделать график размещения постов на неделю; набрать по 50 подписчиков минимум.</p> <p><b>Задание 2.</b> Разработайте матрицу контент-плана для продвижения в соц.сетях.</p> <p><b>Задание 3.</b> Разработайте бриф для продвижения в соц.сетях..</p> <p><b>Задание 4.</b> Ответьте на вопросы:</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<p>1. Дайте определение понятию «Социальный медиа маркетинг или маркетинг социальных сетей (SMM) для современных компаний».</p> <p>2. Для чего в SMM используются маркетинговые коммуникации и маркетинговые исследования?</p> <p>3. Почему нынешнее поколение можно назвать «поколением социальных сетей»?</p> <p>4. Что является предметом продвижения в Интернете?</p> <p>5. Перечислите основные виды деятельности в сфере SMM.</p> <p>6. Что такое лид-магнит сайт?</p> <p>7. Что такое лид-магнит-продукт?</p> <p>8. Как определить поведенческую особенность целевой аудитории?</p> <p>9. Перечислите ключевые моменты контентной стратегии.</p> <p>10. Назовите первую полноценную социальную сеть.</p> <p>11. Перечислите общие черты всех социальных сетей сегодня.</p> <p>12. Назовите главные преимущества социальной сети.</p> <p>13. Перечислите виды социальных сетей.</p> <p>14. Каковы преимущества для рекламодателя при использовании социальных сетей?</p> <p>15. От чего зависит вид рекламной кампании в социальных сетях?</p> <p>16. Назовите основное преимущество продвижения с помощью социальных сетей.</p> <p>17. Перечислите способы подачи рекламного объявления в группу ВКонтакте.</p> <p><b>Задание 5.</b> Проанализируйте страницу компании в соц. сетях. Предложите изменения. Обоснуйте свои предложения.</p> <p><b>Задание 6.</b> Создайте для группы в ВК «полезный» контент:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- инструкция;</li> <li>- видеоинструкция;</li> <li>- подборка ссылок на полезные ресурсы с описанием;</li> <li>- лонгрид;</li> <li>- новости по теме Реклама и связи с общественностью;</li> <li>- обзор, видеообзор;</li> <li>- рейтинг;</li> <li>- книги /кинофильмы;</li> <li>- инфографика;</li> </ul>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		<ul style="list-style-type: none"> <li>- анонсы статей;</li> <li>- чек-лист.</li> </ul> <p><b>Задание 7.</b> Создайте рекламный контент – объект рекламы КНИГА:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рекламный пост;</li> <li>- отзывы читателей;</li> <li>- кейс;</li> <li>- сравнение книг;</li> <li>- как и где купить дешевле/удобнее;</li> <li>- обзор новинок.</li> </ul> <p><b>Задание 3</b> Создайте развлекательный контент для группы БМ-22 в ВК:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- конкурс;</li> <li>- игра;</li> <li>- история из жизни;</li> <li>- мем;</li> <li>- вирусное видео;</li> <li>- цитаты великих;</li> <li>- профессиональный юмор;</li> <li>- о празднике, дате;</li> <li>- актуальная информация;</li> <li>- интересный факт;</li> <li>- тест;</li> <li>- лайфхак.</li> </ul> <p><b>Задание 8.</b> Разработайте контент-план для на месяц для книжного магазина «Читай-город», обосновав тематические блоки постов.</p> <p><b>Задание 9.</b> Подготовить пост-интервью для своей (в качестве интервьюируемых могут выступать преподаватели И сотрудники Института славянской культуры РГУ им. А.Н. Косыгина).</p> <p>Форматы поста (на выбор):</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- видеоролик (не более 3 минут);</li> <li>- аудиоролик (не более 3 минут);</li> <li>- фотогалерея (3 фотографии) + текст (4,5 тыс. знаков).</li> </ul> <p>Темы (на выбор).</p>

№ пп	Формы текущего контроля	Примеры типовых заданий
		Рекомендации по выполнению: 1 Обратиться к интервьюируемому, согласовать тему и формат беседы. 2 В рамках темы предложить интервьюируемому ответить на 3-5 вопросов. 3 Провести интервью. 4 Обработать материал для дальнейшей публикации в группе ВК. 5 Прислать материал на проверку преподавателю курса. Оценка творческих заданий производится по шкале «зачтено» / «не зачтено».

#### 4.2. Критерии, шкалы оценивания текущего контроля успеваемости:

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
Индивидуальное творческое задание мультимедийная презентация	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно создавать публицистический текст с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно создавать публицистический текст при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные знания и умения создавать публицистический текст с допуском недочетов.		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Кейс «Медиа-проект и стратегия его продвижения в социальных сетях»	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно планировать мультимедийные проекты с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно планировать мультимедийные проекты при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные навыки планировать мультимедийные проекты с допуском недочетов.		3

Наименование оценочного средства (контрольно-оценочного мероприятия)	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Пятибалльная система
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки.		2
Типовые задания	Обучающийся показал знания и умения полно и свободно, логически и аргументированно выполнять типовые с минимальным допуском отдельных неточностей.		5
	Обучающийся показал знания и умения достаточно полно и аргументированно выполнять типовые задания при допуске недочетов.		4
	Обучающийся показал удовлетворительные знания и умения выполнять типовые задания со значительным количеством недочетов		3
	Обучающийся не представил работу, не справился с заданием на уровне, достаточном для проставления положительной оценки		2

#### 4.3. Промежуточная аттестация:

Форма промежуточной аттестации	Типовые контрольные задания и иные материалы для проведения промежуточной аттестации:
Зачет – устный опрос	<p><b>Вопросы к зачету:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Кроссмедийность как технология продвижения медиаконтента.</li> <li>2. Коммуникационный аудит</li> <li>3. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа.</li> <li>4. Системы мониторинга и аналитики.</li> <li>5. Изучение рекламного кабинета ВКонтакте.</li> <li>6. Influence marketing (работа с блоггерами, подача контента,) особенности форматов, новые технологии, уникальность платформ.</li> <li>7. Тренды развития контент-менеджмента в социальных сетях.</li> <li>8. Коммуникативные и репутационные риски при разработке контент-стратегий.</li> <li>9. Социально-коммуникативная эффективность контента.</li> </ol>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>10. Коммерческая эффективность контента.</li> <li>11. Рекомендации по размещению медиаконтента.</li> <li>12. Характеристика и виды контент-стратегий.</li> <li>13. Организация контента в целевой группе (таргетинг).</li> <li>14. Этапы разработки контент-плана.</li> <li>15. Интеграция сайта с социальными сетями.</li> <li>16. Бренд-платформа социальной сети Одноклассники.</li> <li>17. Бренд-платформа социальной сети Вконтакте.</li> <li>18. Стратегии и инструментарий маркетинга в социальном медиа.</li> <li>19. Понятие и сущность блога и портала. Разновидности блога: Livejournal, Liveinternet, корпоративный блог.</li> <li>20. Обзор основных социальных сетей: Вконтакте, Одноклассники, Телеграм-каналы.</li> <li>21. Цели, задачи, преимущества, инструменты SMM-продвижения.</li> <li>22. Понятие и сущность социальной сети как инструмента продвижения.</li> <li>23. SMM как часть трансмедийной кампании.</li> <li>24. Место социальных сетей в стратегии организации.</li> <li>25. Особенности поведения пользователей социальных медиа.</li> <li>26. Основные виды социальных сетей.</li> <li>27. История социальных сетей. Развитие рынка социальных сетей.</li> <li>28. Статистика популярности соцмедиа. Исследования Nielsen, comScore и др.</li> <li>29. Социальные сети как инструмент социального взаимодействия</li> <li>30. Виды негативной информации</li> </ol>
--	---

#### 4.4. Критерии, шкалы оценивания промежуточной аттестации учебной дисциплины:

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
		100-балльная система	Зачтено/незачтено
Наименование оценочного средства			
Зачет – устный опрос	Обучающийся: – демонстрирует знания отличающиеся глубиной и содержательностью, дает полный исчерпывающий ответ, как на		зачтено

Форма промежуточной аттестации	Критерии оценивания	Шкалы оценивания	
Наименование оценочного средства		100-балльная система	Зачтено/незачтено
	<p>основные вопросы билета, так и на дополнительные;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>– свободно владеет научными понятиями, ведет диалог и вступает в научную дискуссию;</li> <li>– способен к интеграции знаний по определенной теме, структурированию ответа, к анализу положений существующих теорий, научных школ, направлений по вопросу билета;</li> <li>– логично и доказательно раскрывает проблему,</li> <li>– демонстрирует системную работу с основной и дополнительной литературой.</li> </ul> <p>Ответ не содержит фактических ошибок и характеризуется глубиной, полнотой, уверенностью суждений, иллюстрируется примерами, в том числе из собственной практики.</p>		
	<p>Обучающийся, обнаруживает существенные пробелы в знаниях основного учебного материала. На большую часть дополнительных вопросов по содержанию экзамена затрудняется дать ответ или не дает верных ответов.</p>		незачтено





#### 4.5. 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:		
- устный опрос		2 – 5
- кейс		2 – 5
- выступление с презентацией		2 – 5
- индивидуальное творческое задание		2 – 5
Промежуточная аттестация зачет		зачет
Итого за семестр зачет		

### 5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Реализация программы предусматривает использование в процессе обучения следующих образовательных технологий:

- проблемная лекция;
- групповые дискуссии;
- разбор конкретных ситуаций;
- подготовка рефератов, докладов и их обсуждение на учебном занятии;
- творческое задание;
- поиск и обработка информации с использованием сети Интернет;
- использование на лекционных занятиях видеоматериалов и наглядных пособий.

### 6. ПРАКТИЧЕСКАЯ ПОДГОТОВКА

Практическая подготовка в рамках учебной дисциплины реализуется при проведении практических занятий, преддипломной практики, связанных с будущей профессиональной деятельностью.

Проводятся отдельные занятия лекционного типа, которые предусматривают передачу учебной информации обучающимся, которая необходима для последующего выполнения практической работы.

### 7. 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.

## 8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

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

<b>Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>	<b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>
<i>129337, г. Москва, Хибинский проезд, дом 6</i>	
Ауд.302,307	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук; – проектор,
Ауд. 301,401,402	комплект учебной мебели, технические средства обучения, служащие для представления учебной информации большой аудитории: – ноутбук, – проектор,
	...
<b>Помещения для самостоятельной работы обучающихся</b>	<b>Оснащенность помещений для самостоятельной работы обучающихся</b>
читальный зал библиотеки:	– компьютерная техника; подключение к сети «Интернет»

<b>Наименование учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортзалов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>	<b>Оснащенность учебных аудиторий, лабораторий, мастерских, библиотек, спортивных залов, помещений для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования и т.п.</b>

Материально-техническое обеспечение учебной дисциплины при обучении с использованием электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

<b>Необходимое оборудование</b>	<b>Параметры</b>	<b>Технические требования</b>
Персональный компьютер/ноутбук/планшет, камера, микрофон, динамики, доступ в сеть Интернет	Веб-браузер	Версия программного обеспечения не ниже: Chrome 72, Opera 59, Firefox 66, Edge 79, Яндекс.Браузер 19.3
	Операционная система	Версия программного обеспечения не ниже: Windows 7, macOS 10.12 «Sierra», Linux
	Веб-камера	640x480, 15 кадров/с
	Микрофон	любой
	Динамики (колонки или наушники)	любые
	Сеть (интернет)	Постоянная скорость не менее 192 кБит/с

Технологическое обеспечение реализации программы/модуля осуществляется с использованием элементов электронной информационно-образовательной среды университета.

### 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	Калмыков А.А. Коханова Л.А -,	Интернет-журналистика. Теоретические основы.	Академический учебник.	Москва.: Академия медиа-индустрии	2018.	URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1028746">https://znanium.com/catalog/product/1028746</a>	
2	Кеннеди, Д.	Жесткий SMM: Выжать из соцсетей максимуму	Учебное пособие	М.:Альпина Паблишер	2017	URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1002298">https://znanium.com/catalog/product/1002298</a>	
3	Смолина, В.А.	SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях	практ. пособие	Москва : Инфра-Инженерия	2019	URL: <a href="https://znanium.com/catalog/product/1053378">https://znanium.com/catalog/product/1053378</a>	
10.2 Дополнительная литература, в том числе электронные издания							
1	Авдониная, Н. С.	Новостная интернет-журналистика	учебное пособие для вузов	Москва : Издательство Юрайт	2023	Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <a href="https://urait.ru/bcode/519996">https://urait.ru/bcode/519996</a>	
2	Градюшко А.А.	Основы творческой деятельности веб-журналиста	Учебно-методическое пособие	Минск: БГУ	2019	<a href="https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1687407553&amp;tld=ru&amp;lang=ru&amp;name=Hradziushka_digital_journal.pdf">https://docs.yandex.ru/docs/view?tm=1687407553&amp;tld=ru&amp;lang=ru&amp;name=Hradziushka_digital_journal.pdf</a>	
4	Колесниченко А.В.	Типология мультимедийных лонгридов	Научная статья	Вестник Моск. ун-та. Серия 10. Журналистика. 2022. № 4. С. 3–20.	2022		
10.3 Методические материалы (указания, рекомендации по освоению дисциплины (модуля) авторов РГУ им. А. Н. Косыгина)							

## 9. ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА

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

№ пп	Электронные учебные издания, электронные образовательные ресурсы
1.	ЭБС «Лань» <a href="http://www.e.lanbook.com/">http://www.e.lanbook.com/</a>
2.	«Znanium.com» научно-издательского центра «Инфра-М» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
3.	Электронные издания «РГУ им. А.Н. Косыгина» на платформе ЭБС «Znanium.com» <a href="http://znanium.com/">http://znanium.com/</a>
4.	Научная электронная библиотека <a href="https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?session=off">https://www.elibrary.ru/defaultx.asp?session=off</a>
Профессиональные базы данных, информационные справочные системы	
1.	Справочно-информационный портал ГРАМОТА.РУ – русский язык для всех <a href="http://gramota.ru">http://gramota.ru</a>
2.	Национальный корпус русского языка <a href="https://ruscorpora.ru">https://ruscorpora.ru</a>
3.	Словари на Академике <a href="https://dic.academic.ru">https://dic.academic.ru</a>

9.2. Перечень программного обеспечения

№п/п	Программное обеспечение	Реквизиты подтверждающего документа/ Свободно распространяемое
1.	CorelDRAW Graphics Suite 2021 Education License (Windows)	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
2.	Adobe Creative Cloud for enterprise All Apps ALL Multiple Platforms Multi European Languages Enterprise Licensing Subscription New	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
3.	Microsoft Windows 11 Pro	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021
4.	Office Pro Plus 2021 Russian OLV NL Acad AP LTSC	контракт № 60-ЭА-44-21 от 10.12.2021

**ЛИСТ УЧЕТА ОБНОВЛЕНИЙ РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ УЧЕБНОЙ  
ДИСЦИПЛИНЫ/МОДУЛЯ**

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

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