

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное автономное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Российский государственный гуманитарный университет»  
(ФГАОУ ВО «РГУГУ»)

ИНСТИТУТ МАССМЕДИА И РЕКЛАМЫ

ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ

Кафедра телевизионных, радио- и интернет-технологий

## **МУЛЬТИМЕДИЙНАЯ ПРОЕКТНАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В УЧЕБНЫХ МЕДИА**

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) Мультимедийная журналистика и  
современные медиатехнологии

Уровень высшего образования: *бакалавриат*

Форма обучения: очная, заочная

РПД адаптирована для лиц  
с ограниченными возможностями  
здоровья и инвалидов

Москва 2025

**Мультимедийная проектная деятельность в учебных медиа**  
Рабочая программа дисциплины

Составитель:

Кандидат филологических наук Корнев М.С.

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры

№ 12 от 18.11.2024

**ОГЛАВЛЕНИЕ**

**1 Пояснительная записка**

- 1.1 Цель и задачи дисциплины
  - 1.2 Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине
  - 1.3 Место дисциплины в структуре образовательной программы
  - 2 Структура дисциплины**
  - 3 Содержание дисциплины**
  - 4 Образовательные технологии**
  - 5 Оценка планируемых результатов обучения**
    - 5.1 Система оценивания
    - 5.2 Критерии выставления оценок
    - 5.3 Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине
  - 6 Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины**
    - 6.1 Список источников и литературы
    - 6.2 Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
  - 7 Материально-техническое обеспечение дисциплины**
  - 8 Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**
  - 9 Методические материалы**
    - 9.1 Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий
    - 9.2 Методические рекомендации по подготовке письменных работ
    - 9.3 Иные материалы
- Приложения**
- Приложение 1. Аннотация дисциплины

## 1. ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

### 1.1 Цели и задачи дисциплины

*Цель:* дать студентам представление о ключевых элементах и функционировании глобальной системы массмедиа в современном мире и роли мультимедиа в этих явлениях.

*Задачи:*

- определить основные понятия и тенденции развития новых медиа и журналистики, роль мультимедийности в этих процессах
- дать представление об изменениях, произошедших в современной медиасфере в связи с развитием ИКТ,
- обозначить тенденции развития журналистского сообщества и мультимедийных технологий.

### 1.2.Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	ПК-2.1. Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта	<i>Знать:</i> актуальные тенденции развития мультимедийных СМИ <i>Уметь:</i> применять это знание в профессиональной деятельности, <i>Владеть:</i> навыками практической работы в мультимедийных СМИ;

	<p>ПК-2.2. Использует современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта</p>	<p><i>Знать:</i> современные технологии и мультимедийные форматы, применяемых в СМИ разных видов;  <i>Уметь:</i> уметь анализировать актуальное состояние медиапроекта;  <i>Владеть:</i> навыками работы с жанрами меняющейся системы жанров современных медиасистем.</p>
<p>ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта</p>	<p>ПК-3.1. Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему</p>	<p><i>Знать:</i> закономерности конвергенции в мультимедийной среде, методы и технологии подготовки конвергентного медиатекста;  <i>Уметь:</i> выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике СМИ, на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с созданием мультимедийных материалов;  <i>Владеть:</i> навыками создания медиатекста в разных знаковых системах;</p>
	<p>ПК-3.2. Проверяет достоверность полученной информации, разграничивает факты и мнения</p>	<p><i>Знать:</i> методику работы с различными мультимедийными жанрами и форматами сетевого контента, правила создания информационного контента в различных интернет-СМИ  <i>Уметь:</i> создавать мультимедийную продукцию с учетом сочетаемости различных типов медиа, адаптировать информацию для различных мультимедийных платформ,  <i>Владеть:</i> методами анализа медиатекстов и навыками обработки информационного контента для различных типов интернет-СМИ.</p>

	<p>ПК-3.3. Готовит к публикации журналистский текст (или) продукт с учетом требований редакции СМИ или другого медиа</p>	<p><i>Знать:</i> базовые требования, предъявляемые к информационным продуктам  <i>Уметь:</i> работать в рамках требований различных мультимедийных редакций.  <i>Владеть:</i> навыками подготовки журналистских информационных продуктов</p>
<p>ПК-4.Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа</p>	<p>ПК-4.1. Приводит журналистский текст и (или) продукт разных видов в соответствие с языковыми нормами</p>	<p><i>Знать:</i> базовые отличия в требованиях к языковым нормам  <i>Уметь:</i> соотносить информационный продукт с языковыми нормами  <i>Владеть:</i> навыками адаптации инфопродуктов к требованиям языковых норм</p>
	<p>ПК-4.2. Контролирует соблюдение редакционных стандартов, форматов, жанров, стилей в журналистском тексте и (или) продукте</p>	<p><i>Знать:</i> базовые принципы редакционных стандартов  <i>Уметь:</i> контролировать соблюдение редакционных стандартов  <i>Владеть:</i> навыками контроля за соблюдением стандартов журналистских продуктов</p>
	<p>ПК-4.3. Учитывает технологические требования разных типов СМИ и других медиа при редактировании журналистского текста и (или) продукта</p>	<p><i>Знать:</i> технологические требования разных типов медиа к содержанию контента  <i>Уметь:</i> уметь учитывать различные требования при создании журналистского контента  <i>Владеть:</i> навыками создания журналистского контента под различные требования разных типов медиа</p>

ПК-5 Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации	ПК-5.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов	<i>Знать:</i> различные каналы коммуникации и потребности разных социальных групп <i>Уметь:</i> информировать аудиторию о публикации журналистских продуктов <i>Владеть:</i> навыками продвижения журналистских продуктов на разные социальные группы
	ПК-5.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации	<i>Знать:</i> инструменты отслеживания реакций целевых аудиторий <i>Уметь:</i> продвигать и отслеживать реакцию целевых аудиторий на созданный контент <i>Владеть:</i> навыками отслеживания, анализа и обсуждения журналистского контента с целевыми аудиториями

### 1.3 Место дисциплины в структуре основной образовательной программы

Дисциплина «Мультимедийная проектная деятельность в учебных медиа» относится к дисциплинам части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана. Изучение дисциплины базируется на знаниях, умениях и компетенциях студентов, полученных при освоении дисциплин «Введение в профессию», «Основы теории журналистики», «Информационные технологии в медиасистеме».

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Работа в творческих студиях», «Теория и практика новых медиа», «Операторское мастерство», «Межкультурные коммуникации в мультимедийной журналистике», «Профессионально-ознакомительная практика», «Профессионально-творческая практика».

## 2. СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

### Структура дисциплины

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 12 з.е., 432 академических часа.

#### Структура дисциплины для очной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>1</b>	Лабораторные занятия	42
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>2</b>	Лабораторные занятия	42
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>3</b>	Лабораторные занятия	42
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов.

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Семестр	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>4</b>	Лабораторные занятия	42
Всего:		42

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 66 академических часов, включая 18 ч. на подготовку к промежуточной аттестации.

### Структура дисциплины для заочной формы обучения

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>1</b>	Лабораторные занятия	12
Всего:		12

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часов.

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>1</b>	Лабораторные занятия	12
Всего:		12

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 96 академических часов

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
<b>2</b>	Лабораторные занятия	10
Всего:		10

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 98 академических часов.

Объем дисциплины в форме контактной работы обучающихся с педагогическими работниками и (или) лицами, привлекаемыми к реализации образовательной программы на иных условиях, при проведении учебных занятий:

Курс	Тип учебных занятий	Количество часов
2	Лабораторные занятия	14
Всего:		14

Объем дисциплины в форме самостоятельной работы обучающихся составляет 94 академических часов, включая 9 ч. на подготовку к промежуточной аттестации

### 3. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Понятия и явления. Процессы конвергенции в медиа.	Понятия: СМИ, СМК, ИКТ, мультимедиа и др. Конвергенция в медиа. Форма и содержание процессов конвергенции в медиа. Параметры мультимедийности и интерактивности.
2	Основные тенденции развития мультимедиа проектов.	Основные тенденции и актуальные решения современного медиарынка. Мультимедийные издательства, мультиплатформенность, бренд-журналистика.
3	Анализ и проектирование медиапроекта/медиапродукта	Инструменты анализа и проектирования медиапродуктов. Схема социальных коммуникаций Г.Ласуэлла и компоненты информационно-коммуникационных процессов.
4	Технические особенности реализации процесса создания медиапродукта	Алгоритмы работы команды над медиапроектом: анализ позиционирования, анализ аудиторий, формирование сетки вещания и/или контент-планирование, цели, задачи и обратная связь.

Первый год обучения (два семестра)

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание
1	Запуск медиапроекта и первичная настройка («пилотный» проект)	Практическая работа: работа над текущими задачами, взаимодействие в команде, постановка целей и их достижение и т.д.

2	Развитие медиапроекта, настройки и корректировка редакционных процессов	Анализ первичных ошибок и корректировка проекта, настройка взаимодействия внутри команды, выстраивание редакционных процессов и системного подхода во взаимодействиях.
---	---	--

Второй год обучения (два семестра)

#### 4. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

##### 5.

Для проведения учебных занятий по дисциплине используются различные образовательные технологии. Для организации учебного процесса может быть использовано электронное обучение и (или) дистанционные образовательные технологии.

#### 5. ОЦЕНКА ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ

##### 5.1. Система оценивания

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: <i>Практическая работа</i>	60 баллов	60 баллов
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой		40 баллов
<b>Итого за 1 семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: <i>Практическая работа</i>	60 баллов	60 баллов
Промежуточная аттестация: зачет с оценкой		40 баллов
<b>Итого за 2 семестр</b>		<b>100 баллов</b>

Форма контроля	Макс. количество баллов	
	За одну работу	Всего
Текущий контроль: <i>Практическая работа</i>	60 баллов	60 баллов
Промежуточная аттестация: зачет с		40 баллов

оценкой		
<b>Итого за 3 семестр</b>		<i>100 баллов</i>

<b>Форма контроля</b>	<b>Макс. количество баллов</b>	
	<b>За одну работу</b>	<b>Всего</b>
Текущий контроль: <i>Тестирование</i>	<i>60 баллов</i>	<i>60 баллов</i>
Промежуточная аттестация: экзамен		<i>40 баллов</i>
<b>Итого за 4 семестр</b>		<i>100 баллов</i>

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично  хорошо  удовлетворительно	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82			C
56 – 67			D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

## 5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ А, В	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ С	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>

<b>Баллы/ Шкала ECTS</b>	<b>Оценка по дисциплине</b>	<b>Критерии оценки результатов обучения по дисциплине</b>
67-50/ D, E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «достаточный».</p>
49-0/ F,FX	«неудовлетворите- льно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляются обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

### **5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине**

#### **Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине**

#### **Примерное задание к Практической работе 1 (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,5.1,5.2)**

Задание 1. На платформе тильда сделать ТОП-10 фактов о герое исследования [Mail.ru Group](https://media.mail.ru/)

Что делаем?

1. Выбираем себе героя из Исследования медиацеха от MailRu Group - <https://media.mail.ru/>
2. Смотрим-читаем его интервью
3. Делаем ТОП-10 интересных фактов о нём

#### **Примерное задание к Практической работе 2 (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,5.1,5.2)**

Задание 2. Продюсируем фичер

1. Ещё раз смотрим-читаем интервью своего героя из исследования [Mail.ru Group](https://media.mail.ru/) (<https://media.mail.ru/>)
- 1.2. Придумываем концепцию своего материала
2. Продюсируем фичер по мотивам: то есть ваша задача - рассказать о главном, что вы хотите донести до аудитории из этого интервью.

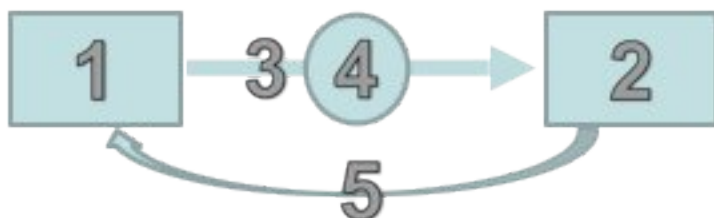
И помните про 5 элементов:

- Кто говорит (вы как коммуникатор)
- Кому говорит (кто ваша аудитория)
- Что говорит (ваш контент: текст, картинки, видео, звук)
- По какому каналу (тут просто: вы делаете на Тильде и вам не нужно пока ничего распространять)
- С каким эффектом (какая обратная связь в вашем материале, есть ли призыв к действию)

#### **Примерное задание к Практической работе 3 (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,5.1,5.2)**

**Выбрать и разобрать по схеме Ласуэлла мультимедийный проект.** Напомню, что много проектов интересных на сайте "ТАКИЕ Дела» или берите любой другой (иностранные тоже можно)

Напоминаю схему Ласуэлла (подробно о ней есть в презентации выложенной про блогеров-авторов):



1. Кто говорит (Коммуникатор)
2. Кому говорит (Аудитория)
3. По какому каналу (канал связи)
4. Что говорит (сообщение)
5. С каким эффектом (обратная связь)

Критерии оценки практической работы:

**51- 60 баллов** - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

**41-50 - баллов** - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

**31-40 баллов** - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

**0-30 баллов**- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы

### Тестирование (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3, 5.1,5.2)

1. Что такое «конвергентная редакция»?

- а) модная редакция
  - + б) новая форма организации редакции, основанная на слиянии медийных платформ и форматов контента
  - в) редакция без должностей и иерархий
2. Яндекс.Метрика и Google Analytics - это
- + а) системы оценки посещаемости, анализа статистики и поведения пользователей
  - б) платные счетчики для веб-сайтов
  - в) поисковые системы
3. Анализ собственной статистики медиапроекта позволяет:
- а) видеть действия конкурентов
  - + б) выявлять предпочтения аудитории и корректировать работу медиа
  - в) платить журналистам меньше
4. Модель социальной коммуникации Г. Ласуэлла состоит из скольких элементов?
- а) трех
  - б) четырех
  - + в) пяти
5. Кто такой «нюсмейкер»?
- а) репортер, который делает новости
  - + б) человек, который привлекает внимание журналистов, от которого исходит новость
  - в) телеоператор
6. ФОМ, ВЦИОМ, Левада-Центр – это:
- а) известные зарубежные фонды исследований СМИ
  - + б) крупнейшие российские социологические организации
  - в) премии за достижения в журналистике
7. Что такое концепция 5W + 1H
- а) принцип описания международного события
  - б) концепция смены технологических укладов в журналистике
  - + в) принцип ответов на ключевые вопросы в первых предложениях новостного текста
8. Контент сайта – всё, что видит пользователь. Всё, что можно прочитать, посмотреть или послушать.
- + а) да
  - б) нет
9. Ключевые особенности интернет-журналистики:
- а) быстрее, выше, сильнее
  - + б) гипертекст, мультимедийность, интерактивность
  - в) свобода, равенство, братство
10. «Просьюмер» – это современный потребитель контента, который одновременно является и его производителем
- + а) да
  - б) нет
11. Инфотеймент и эдьютеймент - это
- + а) новые конвергентные и интегрированные форматы для контента/проектов/передач
  - б) жанры журналистики, появившиеся в конце 19 века
  - в) принцип оформления межпрограммного пространства (вид заставок на телевидении)
12. Переписывание сторонних материалов своими словами называется:
- а) копирайт
  - б) копипейст
  - + в) рерайт
13. [antiplagiat.ru](http://antiplagiat.ru) – это система:
- + а) для проверки текстовых документов на предмет заимствования из открытых источников
  - б) для переработки загруженных текстов в разные жанры
  - в) для перевода текстов на разные языки

14. Литературный и метафорический заголовок публикации хорошо анализируется поисковыми системами и позволяет читателю быстро находить этот материал?

- а) да
- + б) нет

15. Блогер должен иметь специальное разрешение, чтобы можно было осуществлять свою деятельность в интернете?

- а) да
- + б) нет

16. «Гражданская журналистика» – это возможность, не будучи профессиональным журналистом, публиковать свои материалы и обращаться к широкой аудитории с помощью цифровых медиа?

- + а) да
- б) нет

17. Подкаст – это:

- + а) отдельный файл или серия регулярно обновляемых аудиофайлов
- б) формат непрерывного он-лайн вещания
- в) формат видеоблога

18. «[Creative Commons](#)» – это вид лицензии на авторские произведения, которая запрещает всякое распространение охраняемого контента.

- а) да
- + б) нет

19. Платформы Tilda и ReadyMag можно отнести в сервисам:

- а) создания инфографики
- + б) создания мультимедийных проектов/историй
- в) привлечения денег в проекты/краудфандинга

20. «Краудфандинг» - это

- а) принцип организации контента
- б) тоже, что и «флеш-моб»
- + в) принцип привлечения денег в проекты

21. Инфографика позволяет:

- а) читать людям со слабым зрением
- + б) наглядно отобразить большие массивы информации
- в) отличаться от конкурентов

22. Сторителлинг - это искусство сочинения литературных произведений

- а) да
- + б) нет

23. Лонгрид и фичер - это

- + а) форматы подачи мультимедийных материалов, новые мультимедийные форматы
- б) термины из печатной журналистики и относятся к принципу верстки
- в) варианты статьи, написанные несколькими авторами

24. Пейвол ([paywall](#)) –

- а) система защиты от нежелательных комментариев
- + б) принцип платной подписки
- в) новый жанр в журналистике

25. Сноуфол ([Snow Fall](#)) - это

- + а) мультимедийный проект [The New York Times](#), имя которого стало нарицательным (автор получил Пулитцеровскую премию)
- б) масштабное расследование [New Yorker](#), за которое автор получил тюремный срок
- в) скандальный репортаж на [Buzzfeed](#), автор которого таинственно исчез

26. Когда был принят Закон о СМИ в России?

- а) 19 февраля 1861 года
- б) 25 октября 1917 года
- + в) 27 декабря 1991 года

27. Запрещается ли законодательно распространение спама (т.е. рекламных материалов без согласия получателя)?
- + а) да
  - б) нет
28. Юзабилити ([usability](#)) - это
- а) способность потребителя воспринимать контент
  - + б) степень удобства использования чего-либо
  - в) телевизионный термин, обозначающий съемки на природе
29. Универсальный журналист - это
- а) патристически настроенный журналист, готовый выступать в любом СМИ
  - + б) связанный с конвергентной/мультимедийной редакцией журналист, способный производить контент в разных форматах и жанрах
  - в) человек, работающий журналистом без журналистского образования
30. [UGC \(user generated content\)](#) - это
- а) контент, который создается по заданию редакции
  - б) контент, который перерабатывает редакция, после того, как он создан пользователями
  - + в) контент, который создают сами пользователи

Критерии оценки тестирования: каждый правильный ответ – 2 балл. Итого - 60 баллов максимум.

**Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (зачет с оценкой 1-3 семестры, экзамен 4 семестр)**

***Вопросы для зачета с оценкой*** (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2)

1. СМИ среди социальных коммуникаций в Интернете.
2. Рунет и его аудитория.
3. Интернет-СМИ как часть медиасистемы.
4. Общие и специфические свойства интернет-СМИ.
5. Социальные функции интернет-СМИ.
6. Понятие мобильной журналистики. История возникновения мобильной журналистики
7. Особенности интерактивных технологий в интернет-журналистике.
8. Социальный смысл интерактивности в интернет-СМИ.
9. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ.
10. Типология интернет-СМИ.
11. Интернет-версии печатных СМИ.
12. Интернет и радиовещание.
13. Интернет и телевидение.
14. Основные этапы развития Интернета и его медиасектора.
15. Ключевые проблемы социологии интернет-СМИ.
16. Правовые основы регулирования интернет-СМИ.
17. Интернет и авторское право.
18. Организация, хранение и поиск информации в Интернете.
19. Особенности подготовки контента для интернет-СМИ.
20. Методы работы мультимедийного журналиста.

***Вопросы для зачета с оценкой*** (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2)

1. Мобильная журналистика, мобильные блоги и Интернет.
2. Блоги как явление «гражданской журналистики». Взаимодействие блогов с СМИ.
3. Социальные сети в Интернете и их влияние на развитие системы СМИ.
4. Основные направления теоретических и эмпирических исследований интернет-СМИ.
5. Интернет в системе маркетинговых коммуникаций.

6. Методы и каналы продвижения СМИ через Интернет.
7. Web 2.0 – сервисы и их применение в интернет-СМИ.
8. Медийные сайты Рунета и их юридический статус.
9. Возникновение и развитие поисковых систем и каталогов Интернета.
10. Виртуальная реальность и медиатехнологии.
11. Информирование и коммуницирование.
12. История интернета в России.
13. Становление интернет-журналистики в России.
14. Типология веб-изданий.
15. Типология сайтов.
16. Редакция интернет-издания.
17. Жанры в интернет-журналистике.
18. Понятие гипертекста.
19. Классификация гипертекстов.
20. Логика юзабилити.

**Вопросы для зачета с оценкой (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2)**

1. Текст как энциклопедия и как архив.
2. Структура гипертекста.
3. Особенности языка мультимедийной журналистики.
4. Особенности восприятия аудиовизуальной информации.
5. Особенности новостной фотографии на платформе мультимедиа
6. Источники информации в сетевом пространстве.
7. Инструменты линейного поиска.
8. Построение связей в нелинейном поиске.
9. Собственная публикация как источник информации.
10. Особенности социальной информации в мультимедийной журналистике.
11. Формы организации работы мультимедийной редакции.
12. Понятие конвергенции СМИ. Основные характеристики, цели, уровни.
13. Юридические аспекты процессов конвергенции СМИ.
14. Проблемы этической и редакционной независимости в условиях конвергенции СМИ.
15. Издержки конвергенции в медиакомпаниях: финансовые, организационные, психологические, этические.
16. Особенности восприятия аудиовизуальной информации.
17. Интегрированные мультимедийные проекты в сфере Интернет-журналистики.
18. Влияние мультимедийной журналистики на характер выполнения журналистом своей работы.
19. Анализ характеристик деятельности профессиональных сетевых журналистов.
20. Уровень культурной компетенции пользователей и создателей новостей.
21. Потребитель как активный пользователь мультимедийного контента.
22. Социальная журналистика в мультимедийном формате. Особенности функционирования. Темы, проблематика, формы подачи медиатекста
23. Интерактивность мультимедийной журналистики и организация обратной связи.
24. Трансформация вещательной модели взаимодействия журналиста и аудитории. Децентрализация и демонополизация СМИ.
25. Технология подборки и анализа тематических (проблемных) материалов, представленных в электронных СМИ. Разобрать на конкретном примере.

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно, четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

#### Задание для экзамена (ПК-2.1,2.2,3.1,3.2,3.3,4.1,4.2,4.3,5.1,5.2)

**Разработка концепции своего материала** также по Ласуэллу:

**1. Кто говорит?** Проанализировать позиционирование и цель проекта (Что и зачем? «Чтобы что?»)

Позиционирование автора/проекта, месседжи, ценности. Как себя представлять аудитории.

Какую ценность даем аудитории?

**2. Кому говорит?** Сегментирование аудиторий (Для кого?)

Целевая аудитория проекта: на кого рассчитан проект?

Вы не просто придумываете аудиторию, а смотрите на похожие проекты. Анализируете конкурентную среду. Вам нужно понять, что любит/не любит аудитория, чего ожидает/боится, на какие темы как реагирует и т.п. Чем детальнее ясен портрет аудитории и типичного представителя - тем лучше.

**3. Что говорит?** Разработка форматов контента (Что делаем и публикуем?)

Описываете форматы контента, которые используются.

Используется ли UGC: то есть публикуется ли контент от пользователей? Насколько сообщество вовлечено в производство контента, может ли на него влиять?

Есть ли вовлекающие форматы контента: конкурсы, голосования, челленджи и проч

**4. По каким каналам?** Выбор и настройка каналов дистрибуции (Где и когда публикуем?)

Какая площадка основная, а какие используются для распространения, дистрибуции контента? Есть ли отдельные сообщества на разных площадках? Где будте работать активнее всего?

**5. Обратная связь** Настройка и анализ обратной связи (Что получаем? Какая реакция аудитории?)

Как автор/блог выстраивают взаимодействие с аудиторией? Какие есть возможности контактов у аудитории с автором/блогом? Насколько активны горизонтальные коммуникации участников сообщества?

#### Задание к Экзамену

Запуск медиапроекта и его развитие.

По критериям, что должно быть в финальной презентации ваших проектов.

Схема Ласуэлла состоит из 5 элементов. Каждый элемент - это акцент на важнейшей детали любого процесса коммуникации (эта схема справедлива как для единичного сообщения, так и для мультимедийного проекта):

**1. Кто говорит (Коммуникатор)**

**2. Кому говорит (Аудитория)**

**3. По какому каналу (канал связи)**

**4. Что говорит (сообщение)**

**5. С каким эффектом (обратная связь)**

То есть последовательно анализируем и представляем проект с точки зрения каждого элемента:

1. **КТО ГОВОРИТ?** - анализ позиционирования проекта, какое ценностное предложение и УТП, как проект себя представляет аудитории, что хочет сказать, какую миссию или цели преследует и т.п.

В этом блоке закладываются основные характеристики бренда, его ДНК. Управление этим элементом как раз дает возможность стать брендом с репутацией в глазах аудитории, а не просто хаотично жонглировать имиджами.

**Должны быть: описание идентичности вашего бренда: визуальную + вербальную (манифест, миссия, слоган, Tone of Voice)**

2. **КОМУ ГОВОРИТ?** - анализ целевых аудиторий (ЦА): социально-демографические параметры, ценностные ориентиры, портрет аудитории или типичного пользователя, жизненные сценарии потребителя и место издания в его жизни и т.п. В этом блоке отражается портрет вашей аудитории (предполагаемой или реальной: если вы правильно себя спозиционировали в п.1 для определенной аудитории, заинтересовали её своим контентом и нашли в правильном канале коммуникации - тогда по обратной связи вы увидите вовлеченность этой аудитории)

**Должны быть: описание персоны вашей ЦА (одной из) + карта эмпатии на него (напоминаю, вы делаете для своих сверстников - так что карта из прошлого года - ок) + Путь пользователя (customer journey map - где и как вы соприкасаетесь со своей аудиторией)**

3. **ЧТО ГОВОРИТ?** - анализ контента проекта (что, когда и как публикуется): форматы, жанры, периодичность и частота (пересекается с п.1), какая тональность публикаций, основные темы, рубрики, блоки и т.п.

**Должны быть: план публикаций: какие форматы, в каких каналах, с какой периодичностью + несколько (опубликованных) примеров.**

4. **ПО КАКОМУ КАНАЛУ?** - анализ проекта с точки зрения носителя/платформы, каналы дистрибуции: на каких носителях выходит, как и где распространяется, будет ли дистрибуция по разным каналам и т.п. С точки зрения бренд-платформы - это каналы присутствия бренда в тех местах, где должна находиться потенциальная и реальная аудитория.

**Должны быть: описание канала дистрибуции/платформы + возможностей по дистрибуции контента**

5. **С КАКИМ ЭФФЕКТОМ?** - анализ обратной связи и интерактивности: статистика внешняя и внутренняя, социология и метрики, KPI (целевые показатели и индикаторы) и т.п.

Здесь мы видим, насколько удачны и точны были все предыдущие элементы: хорошая обратная связь, вовлеченность аудитории говорит о том, что она понимает вас и понимает ценности вашего бренда/проекта, её заинтересовал ваш контент и вы попали в нужный канал коммуникации (застали аудиторию в нужном месте в нужное время). Важно, что обратная связь и вовлеченность может быть и негативной: люди могут вас не любить,

критиковать, протестовать - но вы всё равно не оставили их равнодушными. Это в некоторых случаях неплохо (зависит от ваших целей и ценностей вашего проекта/бренда).

**Должны быть: метрики и KPI (то есть параметры, которые вы меряете и планы по их достижению в цифрах и датах - «Подписчики: 1000 подписчиков к 1 мая 2020», например)**

Критерии оценки концепции:

**31-40 баллов** - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

**21-30 - баллов** - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

**11-20 баллов** - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

**0-10 баллов**- Продемонстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам.

## **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **6.1 Список источников и литературы**

#### **Источники**

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 24.11.2014)

#### **Литература**

##### **Основная**

1. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика: учебное пособие для вузов / Е. А. Баранова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. —

156 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-13584-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/466627>

2. Баранова, Е. А. Методы исследования мультимедийной журналистики: Материалы XVI Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов» / Е. А. Баранова. - Москва, 2009. - 2 с. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/506058>

3. Корконосенко, С. Г. Теория журналистики: моделирование и применение : учебное пособие / С. Г. Корконосенко. - Москва : Логос, 2020. - 248 с. - (Новая университетская библиотека). - ISBN 978-5-98704-471-1. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213759>

4. В творческой лаборатории журналиста : учебно-практическое пособие для студентов вузов / сост. и общ. ред. В. М. Кривошеева. - 2-е изд., стереотип. - Москва : Логос, 2020. - 192 с. - ISBN 978-5-98704-576-3. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1211600> .

5. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 181 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-10964-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/454518>

6. Трофимов, В. В. Информационные технологии в 2 т. Том 1 : учебник для вузов / В. В. Трофимов ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 238 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01935-3. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451790>

7. Трофимов, В. В. Информационные технологии в 2 т. Том 2 : учебник для вузов / В. В. Трофимов ; ответственный редактор В. В. Трофимов. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 390 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-01937-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451791>

8. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-00771-0. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1028746>

#### **Дополнительная**

1. Зубаркина, Е. С. Основы журналистики : практикум / Е. С. Зубаркина, И. Б. Игнатова. - Москва : МПГУ, 2018. - 36 с. - ISBN 978-5-4263-0615-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1020563>

2. Алтунян, А. Г. От «глобальной деревни» к «информационным хуторам». Журналистика в эпоху перемен : монография / А. Г. Алтунян. - Монография : Университетская книга, 2019. - 308 с. - ISBN 978-5-98699-312-6. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1213098>

3. Российская журналистика сегодня: социальная миссия и профессиональное мастерство : монография / И.В. Фотиева, Т.А. Семилет, Е.В. Лукашевич, В.В. Витвинчук ; под ред. И.В. Фотиевой. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 256 с. — (Научная мысль). — DOI 10.12737/1044192. - ISBN 978-5-16-015637-8. - Текст : электронный. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1044192>

## **6.2.Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимый для освоения дисциплины**

Национальная электронная библиотека (НЭБ) [www.rusneb.ru](http://www.rusneb.ru)

ELibrary.ru Научная электронная библиотека [www.elibrary.ru](http://www.elibrary.ru)

Электронная библиотека Grebennikon.ru [www.grebennikon.ru](http://www.grebennikon.ru)

1. Cambridge University Press

2. ProQuest Dissertation & Theses Global

3. SAGE Journals

Taylor and Francis

4. JSTOR

## **6.3 Профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Доступ к профессиональным базам данных: <https://liber.rsuh.ru/ru/bases>

Информационные справочные системы:

1. Консультант Плюс

2. Гарант

## **7. Материально-техническое обеспечение дисциплины**

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения:

1. Windows

2. Microsoft Office

3. Adobe Master Collection

## **8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья**

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
  - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
  - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;
  - письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.
- для глухих и слабослышащих:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
  - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
  - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.
- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
  - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
  - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается

использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
  - в печатной форме увеличенным шрифтом;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - в печатной форме;
  - в форме электронного документа;
  - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
  - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
  - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
  - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
  - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
  - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
  - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
  - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

## **9. МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ**

### **9.1. Планы лабораторных занятий.**

## **Первый год обучения (1 и 2 семестры)**

### **Тема 1. Понятия и явления. Процессы конвергенции в медиа (20 ч)**

Цель занятий: закрепление знаний об основных терминах и понятиях

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятия «СМИ», «ИКТ», «мультимедиа»
2. Понятие информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)

Контрольные вопросы:

1. Влияние медиаконвергенции на процессы массовых коммуникаций
2. Развитие мультимедийности в традиционных и интернет-СМИ
3. Влияние ИКТ на медиасферу

### **Тема 2. Основные тенденции развития мультимедиа проектов (22 ч.)**

Цель занятий: закрепление знаний о конвергенции в медиа, мультимедийности и интерактивности

Форма проведения – дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Конвергентная редакция и разные уровни медиаконвергенции
2. Структура и функциональные особенности конвергентной редакции
3. Новые компетенции работников медиа в связи с медиаконвергенцией

Контрольные вопросы:

1. Медиаконвергенция и конвергентные редакции: особенности и специфика
2. Компетенции и профессии в новых медиа и конвергентных редакциях

### **Тема 3. Анализ и проектирование медиапроекта/медиапродукта (20 ч.)**

Цель занятий: Анализ и основы проектирования медиапродуктов/медиапроектов.

Изучение и обсуждение ключевых тенденций развития мультимедийных проектов.

Форма проведения – дискуссия, доклады, кейсы и их обсуждение.

### **Тема 4. Технические особенности реализации процесса создания медиапродукта (22 ч.)**

Цель занятий: Изучение и обсуждение ключевых тенденций технических особенностей мультимедийных продуктов

Форма проведения – дискуссия, доклады, кейсы и их обсуждение.

## **Второй год обучения (3 и 4 семестры)**

### **Тема 1. Запуск медиапроекта и первичная настройка («пилотный» проект) (42 ч.)**

Цель занятий: Погружение в практическую деятельность: работа над текущими задачами, взаимодействие в команде, постановка целей и их достижение и т.д.

Форма проведения – дискуссия, доклады, кейсы и их обсуждение, демонстрации и защиты проектов.

### **Тема 2. Развитие медиапроекта, настройки и корректировка редакционных процессов (42 ч.)**

Цель занятий: Погружение в практическую деятельность: анализ первичных ошибок и корректировка проекта, настройка взаимодействия внутри команды, выстраивание редакционных процессов и системного подхода во взаимодействиях.

Форма проведения – дискуссия, доклады, кейсы и их обсуждение.

## АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Мультимедийная проектная деятельность в учебных медиа» реализуется на факультете журналистики кафедрой «Телевизионных, радио- и интернет технологий»

*Цель:* дать студентам представление о ключевых элементах и функционировании глобальной системы массмедиа в современном мире и роли мультимедиа в этих явлениях.

*Задачи:*

- определить основные понятия и тенденции развития новых медиа и журналистики, роль мультимедийности в этих процессах
- дать представление об изменениях, произошедших в современной медиасфере в связи с развитием ИКТ,
- обозначить тенденции развития журналистского сообщества и мультимедийных технологий.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий

ПК-3. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта

ПК-4. Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов СМИ и других медиа

ПК-5. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

**Знать:** актуальные тенденции развития мультимедийных СМИ; современные технологии и мультимедийные форматы, применяемых в СМИ разных видов; закономерности конвергенции в мультимедийной среде, методы и технологии подготовки конвергентного медиатекста; методику работы с различными мультимедийными жанрами и форматами сетевого контента, правила создания информационного контента в различных интернет-СМИ; базовые требования, предъявляемые к информационным продуктам; базовые

отличия в требованиях к языковым нормам; базовые принципы редакционных стандартов; технологические требования разных типов медиа к содержанию контента; различные каналы коммуникации и потребности разных социальных групп; инструменты отслеживания реакций целевых аудиторий.

**Уметь:** применять это знание в профессиональной деятельности, уметь анализировать актуальное состояние медиапроекта; выполнять, основываясь на полученных теоретических знаниях и практике СМИ, на высоком профессиональном уровне различные виды редакционной работы, связанные с созданием мультимедийных материалов; создавать мультимедийную продукцию с учетом сочетаемости различных типов медиа, адаптировать информацию для различных мультимедийных платформ, работать в рамках требований различных мультимедийных редакций; соотносить информационный продукт с языковыми нормами; контролировать соблюдение редакционных стандартов; уметь учитывать различные требования при создании журналистского контента; информировать аудиторию о публикации журналистских продуктов; продвигать и отслеживать реакцию целевых аудиторий на созданный контент.

**Владеть:** навыками практической работы в мультимедийных СМИ; навыками работы с жанрами меняющейся системы жанров современных медиасистем; навыками создания медиатекста в разных знаковых системах; методами анализа медиатекстов и навыками обработки информационного контента для различных типов интернет-СМИ; навыками подготовки журналистских информационных продуктов; навыками адаптации инфопродуктов к требованиям языковых норм; навыками контроля за соблюдением стандартов журналистских продуктов; навыками создания журналистского контента под различные требования разных типов медиа; навыками продвижения журналистских продуктов на разные социальные группы; навыками отслеживания, анализа и обсуждения журналистского контента с целевыми аудиториями.

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме зачёта с оценкой и экзамена.

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 12 зачетных единицы.