Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 14.09.2023 12:22:37
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1f

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ АВТОНОМНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХ)

Институт издательского дела и журналистики

УТВЕРЖДАЮ

Директор

_____ /Е.Л. Хохлогорская/

«16» февраля 2023 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

КРОССМЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ ПРОДВИЖЕНИЯ КОНТЕНТА

Направление подготовки
42.03.02 Журналистика

Профили
Периодические издания и мультимедийная журналистика,
Деловая журналистика

Квалификация
бакалавр

Формы обучения
Очная, заочная

Москва, 2023 г.

Разработчик:

Ст. преп. кафедры «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева» /Н.Ю. Прыгина/



Согласовано:
Заведующий кафедрой «Журналистика и массовые коммуникации имени М.Ф. Ненашева»,
к.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/



Руководитель образовательной программа



К.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова/

Содержание

1.	Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине	4
2.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	5
3.	Структура и содержание дисциплины	5
3.1.	Виды учебной работы и трудоемкость	5
3.2.	Тематический план изучения дисциплины	5
3.3.	Содержание дисциплины	6
3.4.	Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий	7
3.5.	Тематика курсовых проектов (курсовых работ)	7
4.	Учебно-методическое и информационное обеспечение	7
4.1.	Нормативные документы и ГОСТы	7
4.2.	Основная литература	7
4.3.	Дополнительная литература	8
4.4.	Электронные образовательные ресурсы	8
4.5.	Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение	8
4.6.	Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы	8
5.	Материально-техническое обеспечение	8
6.	Методические рекомендации	8
6.1.	Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения	8
6.2.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	9
7.	Фонд оценочных средств	9
7.1.	Методы контроля для оценивания результатов обучения	9
7.2.	Шкала и критерии оценивания результатов обучения	10
7.3.	Оценочные средства	12

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Кроссмедийные технологии продвижения контента» – изучение технологии контент-маркетинга: от создания стратегии, постановки целей и задач, определения целевой аудитории, создания редакционного календаря до каналов передачи и продвижения этого контента и анализа результатов.

К числу основных **задач** освоения дисциплины относятся:

- изучение особенностей восприятия контента потребителями,
- изучение различных видов и форм контента,
- приобретение практических умений по привлечению аудитории для различных видов контента,
- приобретение практических умений по использованию инструментов продвижения контента.

Обучение по дисциплине «Кроссмедийные технологии продвижения контента» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-2 Способен в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах, форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в зависимости от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах	ИПК-2.1. Придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта ИПК-2.2. Распределяет свои трудовые ресурсы в соответствии с решаемыми профессиональными задачами и возникающими обстоятельствами ИПК-2.3. Выполняет свои профессиональные обязанности в рамках отведенного бюджета времени

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к числу дисциплин части блока Б1 «Дисциплины (модули)», формируемой участниками образовательных отношений, модуль «Бизнес-компетенции».

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Экономика», «Планирование работы редакции мультимедийного средства массовой информации», «Продвижение печатных и электронных СМИ», «Управление персоналом в мультимедийной редакции», «Рынок современных печатных СМИ России», «Актуальные проблемы современности и журналистика», Профессионально-творческая практика.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы (108 часов).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

п/п	Вид учебной работы	Количество часов	8 семестр

	Аудиторные занятия	**36**	36
	В том числе:		
1	Лекции	-	-
2	Семинарские/практические занятия	36	36
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	**36**	36
	В том числе:		
1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	12	12
2	Выполнение контрольных работ	24	24
	Промежуточная аттестация		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**108**	108

3.1.2. Заочная форма обучения

п/п	**Вид учебной работы**	**Количество часов**	**10 семестр**
	Аудиторные занятия	**10**	10
	В том числе:		
1	Лекции	6	6
2	Семинарские/практические занятия	4	4
3	Лабораторные занятия	-	-
	Самостоятельная работа	**62**	62
	В том числе:		
1	Чтение и анализ текстов, подготовка докладов, сообщений	28	28
2	Выполнение контрольных работ	34	34
	Промежуточная аттестация		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**108**	108

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

	Разделы/темы дисциплины	**Трудоемкость, час**		
		Всего	**Аудиторная работа**	

/п			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	**Самостоятельная работа**
1	Тема 1. Введение. Понятийный аппарат курса	8	-	4	-	-	4
2	Тема 2. Кросс-медийное планирование контента	8	-	4	-	-	4
3	Тема 3. Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии	8	-	4	-	-	4
4	Тема 4. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики	8	-	4	-	-	4
5	Тема 5. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов	8	-	4	-	-	4
6	Тема 6. Особенности кросс-медийного планирования документальных проектов	8	-	4	-	-	4
7	Тема 7. Особенности кросс-медийного планирования проектов научно-популярной и образовательной тематики	8	-	4	-	-	4
8	Тема 8. Особенности кросс-медийного планирования аудиальных форматов	8	-	4	-	-	4
9	Тема 9. Особенности кросс-медийного планирования рекламных проектов	8	-	4	-	-	4
	Экзамен						36
	Итого	**108**	**-**	**36**			**72**

3.2.2. Заочная форма обучения

/п	**Разделы/темы дисциплины**	**Трудоемкость, час**					
		Всего	**Аудиторная работа**				**Самостоятельная работа**
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение. Понятийный аппарат курса	8	2	-	-		6
2	Тема 2. Кросс-медийное планирование контента	8	2	-	-	-	6

3	Тема 3. Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии	8	2	-	-	-	6
4	Тема 4. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики	8	-	2	-	-	6
5	Тема 5. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов	8	-	2	-	-	6
6	Тема 6. Особенности кросс-медийного планирования документальных проектов	8	-	-	-	-	8
7	Тема 7. Особенности кросс-медийного планирования проектов научно-популярной и образовательной тематики	8	-	-	-	-	8
8	Тема 8. Особенности кросс-медийного планирования аудиальных форматов	8	-	-	-	-	8
9	Тема 9. Особенности кросс-медийного планирования рекламных проектов	8	-	-	-	-	8
	Экзамен						36
	Итого	**108**	**6**	**4**			**98**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Понятийный аппарат курса.

Характеристики аудитории медиа. Эволюция медиапотребления. . Изменения аудитории: медиапотребление, фрагментация, экономика внимания, кризис доверия. Качественные характеристики традиционных и новых медиа.

Четыре типа конкурентов – зачем и как анализировать их контент и стратегию. Конкурентный анализ. Карта сегментов

Тема 2. Кросс-медийное планирование контента

Уровни кросс-медиа. Актуальные вопросы кроссмедийного планирования контента. Охват кросс-медиа. Кросс-медиа маркетинг. Реклама медиапродукта. Таргетинг. Вирусный маркетинг. Модели проведения рекламной кампании: традиционные и прогрессивные.

Тема 3. Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии

Знакомство с парсерами. Топ-инструменты парсера. Формы работы с контентом.

Функциональные форматы аккаунтов: плюсы и минусы. Кросс-постинг: плюсы и минусы того типа распространения информации. Виральность контента как феномен web 2.0. Причины виральности, составляющие вирусности. Способы продвижения вирального контента

Тема 4. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики

Паблик как медиа. Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания (мультимедийный контент, текстовый). Интерес аудитории и метрики, продвижение контента. Влияние кросс-медиа взаимодействия на ценность коммуникации

Тема 5. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов. Разбор кейсов

Тема 6. Особенности кросс-медийного планирования документальных проектов. Разбор кейсов

Тема 7. Особенности кросс-медийного планирования проектов научно-популярной и образовательной тематики. Разбор кейсов

Тема 8. Особенности кросс-медийного планирования аудиальных форматов. Разбор кейсов

Тема 9. Особенности кросс-медийного планирования рекламных проектов. Разбор кейсов

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очной формы обучения

Семинары 1-2. Введение. Понятийный аппарат курса.

Семинары 3-4. Кросс-медийное планирование контента

Семинары 5-6. Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии

Семинары 7-8. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики

Семинары 9-10. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов. Разбор кейсов

Семинары 11-12. Особенности кросс-медийного планирования документальных проектов. Разбор кейсов

Семинары 13-14. Особенности кросс-медийного планирования проектов научно-популярной и образовательной тематики. Разбор кейсов

Семинары 15-16. Особенности кросс-медийного планирования аудиальных форматов. Разбор кейсов

Семинары 17-18. Особенности кросс-медийного планирования рекламных проектов. Разбор кейсов

3.4.2. Семинарские/практические занятия для заочной формы обучения

Семинар 1. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики

Семинар 2. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов. Разбор кейсов

3.4.2. Лабораторные занятия

Не предусмотрены

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 29.12.2022) «О средствах массовой информации». 27 декабря 1991 года N 2124-1 // https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/ [Режим доступа - свободный]

4.2 Основная литература

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А.Г. Качкаева [и др.].. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 c. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/89369.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Планирование и организация рекламных и PR-кампаний : учебное пособие / . — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2019. — 84 c. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102947.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/102947

Романов А.А. Рекламные PR-технологии Масс-медиа : учебное пособие / Романов А.А.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 184 c. — ISBN 978-5-374-00394-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/10814.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Романов А.А. Управление рекламными кампаниями в СМИ : учебное пособие / Романов А.А., Каптюхин Р.В.. — Москва : Евразийский открытый институт, 2010. — 328 c. — ISBN 978-5-374-00396-3. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/10886.html (дата обращения: 15.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

4.3. Дополнительная литература

Антонов-Овсеенко А.А. Инновационные стратегии предприятий масс-медиа в XXI веке : учебник / Антонов-Овсеенко А.А.. — Тверь : Тверской государственный университет, 2022. — 140 c. — ISBN 978-5-7609-1708-9. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/130364.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Марочкина С.С. Медиарилейшнз и медиапланирование : учебное пособие / Марочкина С.С., Шуванов И.Б., Щетинина Е.В.. — Сочи : Сочинский государственный университет, 2020. — 46 c. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/106572.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Шпаковский В.О. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие / Шпаковский В.О., Егорова Е.С.. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 452 c. — ISBN 978-5-9729-0217-0. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/78249.html (дата обращения: 15.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

Якунин А.В. Интернет-журналистика. Интернет-журналистика в контексте массовой коммуникации в медиасреде Интернет : учебное пособие / Якунин А.В.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 76 c. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/102906.html (дата обращения: 14.06.2023). — Режим доступа: для авторизир. пользователей. - DOI: https://doi.org/10.23682/102906

4.3 Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Кроссмединые технологии продвижения контента» - в разработке.

4.4 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.5 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Сайт Союза журналистов России https://ruj.ru/
2. Российская государственная библиотека. http://www.rsl.ru/
3. Государственная публичная историческая библиотека России. http://www.shpl.ru/
4. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru/
5. http://expositions.nlr.ru/fond/paper/paper_moscow.php

5. Материально-техническое обеспечение

Аудитории для лекционных и семинарских занятий из общего фонда. Необходима интерактивная доска/ноутбук, проектор для демонстрации презентаций.

Университет обеспечивает инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья специальными материально-техническими средствами обучения (включая специальное программное обеспечение) и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья, при наличии их заявлений о необходимости предоставления специализированных электронных образовательных ресурсов.

6. Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Курс строится на тесной взаимосвязи научных представлений с современной практикой СМИ. При проведении семинарских занятий прорабатывается предлагаемая по курсу литература, анализируется практика конкретных СМИ. Студенты учатся применять усвоенные теоретические постулаты к работе журналиста, в их свете проводится анализ газетных и журнальных публикаций, ведутся дискуссии, готовятся рефераты по основным темам курса.

Рекомендуется на семинарах прослушивать доклады проблемного характера. Желательно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

Список литературы рекомендуется регулярно обновлять и расширять. У студентов желательно проверять конспекты и делать отметки о проверке.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку способности к самостоятельной работе по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса. Обязательно знакомство с современными печатными и электронными СМИ.

В процессе подготовки доклада, реферата и т.п. желательно ознакомиться с широким спектром источников по теме. Важно, чтобы студент хорошо ориентировался в тексте доклада, материал доклада должен являться лишь опорой, не допустимо чтение доклада.

Текст рекомендуется сдавать преподавателю для того, чтобы можно было более детально проанализировать и оценить доклад. Доклад должен сопровождаться вопросами и последующей дискуссией, которой управляет докладчик, желательно, чтобы преподаватель лишь только помогал при необходимости.

При подготовке презентации важно раскрыть тему презентации. Оценивается умение студента логично выстроить текст и грамотно проиллюстрировать его. Презентация должна содержать не менее 15 слайдов. В каждом слайде должен быть текст и иллюстрация. Слайды должны быть прокомментированы. Студент должен ответить на вопросы, возникающие в процессе презентации. Презентации сдаются в электронном виде преподавателю и в дальнейшем могут использоваться при проведении последующих семинаров.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости и промежуточных аттестаций: подготовка, представление и обсуждение докладов на семинарских занятиях.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, тематику контрольных работ, контрольные вопросы для проведения экзамена.

Промежуточная аттестация обучающихся проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по данной дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине (модулю) выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка по четырехбалльной системе («отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлеторительно»).

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если студент полностью выполнил все пункты задания; формулирует и аргументирует собственные оценки, выводы и комментарии; способен давать ответы на вопросы с позиций профессиональной коммуникативной деятельности журналиста.

Учащийся знает особенности технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; имеет четкое представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. Студент умеет собирать требуемый материал; способен организовать работы по созданию текстового и графического контента, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; умеет писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео). Владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если обучающийся знает особенности технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; имеет представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. Однако при этом допускаются несущественные ошибки и неточности, возникают затруднения при переводе теоретических знаний на новые нестандартные ситуации. Студент умеет собирать требуемый материал; способен организовать работы по созданию текстового и графического контента, собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; умеет писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео). Владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента. Однако при этом допускаются незначительные ошибки и неточности, недостаточное умение перенести теоретические знания на практическую основу.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент испытывает затруднения, давая характеристику особенностей технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; имеет поверхностное представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. Допускает существенные ошибки и неточности, испытывает значительные затруднения при переводе теоретических знаний на практику. Студент демонстрирует недостаточное умение собирать требуемый материал; испытывает серьезные трудности в процессе организации работы по созданию текстового и графического контента, сбору информации из разных источников, систематизации и изложении ее. Студент затрудняется писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать контент (текст, фото, видео). Плохо владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент не знает особенностей технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; не знает технологий контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. Допускает грубые ошибки, не способен использовать теоретические знания на практике. Студент демонстрирует неумение собирать требуемый материал, организовывать работы по созданию текстового и графического контента, сбору информации из разных источников. Студент не способен писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать контент (текст, фото, видео). Не владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента.

7.3 Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Кроссмедийное планирование в районных изданиях
2. Кроссмедийное планирование в редакциях отраслевых журналов
3. Кроссмедийное планирование в специализированной прессе
4. Кроссмедийное планирование на примере американских изданий

5. Кроссмедийное планирование на примере немецких изданий
6. Кроссмедийное планирование на примере французских изданий
7. Кроссмедийное планирование на примере испанских изданий
8. Кроссмедийное планирование на примере итальянских изданий
9. Кроссмедийное планирование на примере белорусских изданий
10. Кроссмедийное планирование на примере британских изданий

Примерная тематика контрольных работ

1. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/msk/rzd/
2. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/msk/move/real-usa/
3. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://lenta.ru/articles/2021/11/10/cancel_culture/
4. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://spec.tass.ru/feminizm-v-rossii/
5. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://spec.tass.ru/iskusstvenniy-intellekt/
6. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://tass.ru/spec/novaya-zhizn
7. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://tass.ru/spec/moskva-875
8. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://spec.tass.ru/vysotki-moskvy /
9. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://tass.ru/spec/leningrad
10. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://spec.tass.ru/letuchie-korabli/
11. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://spec.tass.ru/podvodnye-doma/
12. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.1tv.ru/vremya50/
13. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://lifehacker.ru/special/atom/world-future/
14. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.1tv.ru/projects/vertinsky
15. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kommersant.ru/projects/june22
16. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://vsemmirom.1tv.ru
17. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://tass.ru/bam-40
18. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://sciencemedialab.tilda.ws/-mainpagehtml
19. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://shaliapin-gorky.tilda.ws
20. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://spec.tass.ru/avangard-na-shabolovke
21. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/msk/gripp/

22. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kommersant.ru/Projects/chernobyl
23. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://snob.ru/travel/vyne-byli-v-osetii-esli-ne-pobyvali-v-fiagdone/
24. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта Цыгане южане: как десятитысячный город воюет с этническим меньшинством https://bigvill.ru/city/44148-tsygane-vs-yuzhanekak-desyatitysyachnyj-gorod-voyuet-s-tnicheskimmenshinstvom/
25. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kommersant.ru/doc/4148022
26. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://diletant.media/articles/45291138/
27. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://gorky.media/reviews/sovpadeniya-i-otvaga-kto-i-kak-razrushil-berlinskuyu-stenu/?ysclid=lcjh6bepso359457386
28. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/victory-parade/
29. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/msk/olympic-gold/
30. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://www.kp.ru/best/msk/industrial_policy/
31. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://www.kp.ru/best/msk/russia_gold_ring/
32. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://www.kp.ru/best/msk/elektrichka_kp/
33. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта http://www.kp.ru/best/msk/russianhighways/
34. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/msk/move/railway2014/
35. Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта https://www.kp.ru/best/ufa/ufa2015/

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Эволюция медиапотребления.
2. Качественные характеристики традиционных и новых медиа.
3. Кросс-медийное планирование контента причины появления и перспективы развития
4. Конкурентный анализ.
5. Уровни кросс-медиа.
6. Актуальные вопросы кроссмедийного планирования контента.
7. Охват кросс-медиа.
8. Кросс-медиа маркетинг.
9. Таргетинг.
10. Вирусный маркетинг.
11. Модели проведения рекламной кампании: традиционные и прогрессивные.
12. Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии.
13. Топ-инструменты парсера
14. Формы работы с контентом.
15. Функциональные форматы аккаунтов: плюсы и минусы.
16. Кросс-постинг: плюсы и минусы того типа распространения информации
17. Типы и особенности социальных сетей.

18. Продукт и целевая аудитория.
19. Линкбилдинг
20. Влияние кросс-медиа взаимодействия на ценность коммуникации
21. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов.
22. Особенности кросс-медийного планирования документальных проектов.
23. Особенности кросс-медийного планирования проектов научно-популярной и образовательной тематики.
24. Особенности кросс-медийного планирования аудиальных форматов.
25. Особенности кросс-медийного планирования рекламных проектов.
26. Охарактеризуйте конвергенцию различных видов СМИ.
27. Как должен выглядеть журналистский материал на веб-странице?
28. Перечислите интерактивные возможности сетевых СМИ.
29. В чем выражается конкуренция с традиционными СМИ?
30. Аппаратные средства мультимедиа. Мультимедийные функции и примеры мультимедиа приложений.
31. Дайте характеристики географическому, временному и демографическому таргетингу.
32. Дайте характеристики социальному, тематическому, поведенческому таргетингу.
33. Какими характеристиками должна обладать тема, чтобы ее можно было воплотить в формате лонгрида
34. Природа виральности
35. Как происходит продвижение лонгрида в интернете?

1. Охарактеризуйте конвергентные тенденции в работе сайта IZ.RU
2. Охарактеризуйте конвергентные тенденции в работе сайта KP.RU
3. Охарактеризуйте конвергентные тенденции в работе сайта RBC.RU
4. Проанализируйте визуальную составляющую интернет-журнала «RBC Daily» и аккаунтов проекта в соцсетях
5. Проанализируйте визуальную составляющую интернет-журналов «Cnews.com» и аккаунтов проекта в соцсетях
6. Проанализируйте визуальную составляющую сайта журнала «Авто-ревю» и аккаунтов проекта в соцсетях
7. Проанализируйте визуальную составляющую издания «Лента.Ру» и аккаунтов проекта в соцсетях
8. Проанализируйте визуальную составляющую издания «Газета.Ру» и аккаунтов проекта в соцсетях
9. Проанализируйте мультимедийный проект Чернобыль https://www.kommersant.ru/Projects/chernobyl
   Как Вы считаете, из каких различных элементов состоит эта история? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта?
10. Проанализируйте мультимедийный проект Путешествие по Кавказу https://snob.ru/travel/vyne-byli-v-osetii-esli-ne-pobyvali-v-fiagdone/
    Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта?
11. Проанализируйте мультимедийный проект Цыгане южане: как десятитысячный город воюет с этническим меньшинством https://bigvill.ru/city/44148-tsygane-vs-yuzhanekak-desyatitysyachnyj-gorod-voyuet-s-tnicheskimmenshinstvom/
    Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта?

12. Проанализируйте мультимедийный проект «Выход из советской зоны» https://www.kommersant.ru/doc/4148022 Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта?
13. Проанализируйте мультимедийный проект Берлинская стена, ее обломки и их путешествие в США https://diletant.media/articles/45291138/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта?
14. Проанализируйте мультимедийный проект «Кто и как разрушил Берлинскую стену» https://gorky.media/reviews/sovpadeniya-i-otvaga-kto-i-kak-razrushil-berlinskuyu-stenu/?ysclid=lcjh6bepso359457386 Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
15. Проанализируйте мультимедийный проект https://lenta.ru/articles/2021/11/10/cancel_culture/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
16. Проанализируйте мультимедийный проект https://spec.tass.ru/feminizm-v-rossii/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
17. Проанализируйте мультимедийный проект https://spec.tass.ru/iskusstvenniy-intellekt/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
18. Проанализируйте мультимедийный проект https://tass.ru/spec/novaya-zhizn Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
19. Проанализируйте мультимедийный проект https://tass.ru/spec/moskva-875 Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
20. Проанализируйте мультимедийный проект https://spec.tass.ru/vysotki-moskvy/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
21. Проанализируйте мультимедийный проект https://tass.ru/spec/leningrad Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
22. Проанализируйте мультимедийный проект https://spec.tass.ru/letuchie-korabli/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
23. Проанализируйте мультимедийный проект https://spec.tass.ru/podvodnye-doma/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
24. Проанализируйте мультимедийный проект https://www.1tv.ru/vremya50/

Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?

25. Проанализируйте мультимедийный проект https://lifehacker.ru/special/atom/world-future/
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
26. Проанализируйте мультимедийный проект https://www.1tv.ru/projects/vertinsky
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
27. Проанализируйте мультимедийный проект https://www.kommersant.ru/projects/june22
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
28. Проанализируйте мультимедийный проект http://vsemmirom.1tv.ru
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
29. Проанализируйте мультимедийный проект https://tass.ru/bam-40
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
30. Проанализируйте мультимедийный проект http://sciencemedialab.tilda.ws/-mainpagehtml
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
31. Проанализируйте мультимедийный проект http://shaliapin-gorky.tilda.ws Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
32. Проанализируйте мультимедийный проект https://spec.tass.ru/avangard-na-shabolovke/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
33. Проанализируйте мультимедийный проект https://www.kp.ru/best/msk/gripp/
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
34. Проанализируйте мультимедийный проект https://www.kp.ru/best/msk/move/real-usa/ Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?
35. Проанализируйте мультимедийный проект https://www.kp.ru/best/msk/rzd/
Как Вы считаете, из каких различных элементов состоят эти истории? Без каких из них проект потеряет смысл? Какие элементы можно удалить, не повлияв на общую идею проекта? Что следовало бы добавить?