Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 07.09.2023 13:07:18
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
федеральное государственное автономное образовательное учреждение
высшего образования
«МОСКОВСКИЙ ПОЛИТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ
Директор Института
издательского дела и журналистики

Е.Л. Хохлогорская

«23» августа **2021 г.**

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Кроссмедийные технологии продвижения контента»

Направление подготовки
42.03.02. «Журналистика»

Квалификация (степень) выпускника
Бакалавр

Форма обучения
Очная, заочная

Москва — 2021

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель изучения дисциплины - 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.

Задачи освоения дисциплины:

- 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.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОП

Дисциплина «Кроссмедийные технологии продвижения контента» является дисциплиной модуля «Бизнес-компетенции» образовательной программы бакалавриата.

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: «Экономика», «Экономика и менеджмент СМИ», «Основы рекламы и паблик рилейшнз в СМИ», «Управление персоналом в мультимедийной редакции», «Рынок современных печатных СМИ России», «Актуальные проблемы современности и журналистика», Профессионально-творческая практика.

3. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

В результате освоения ОП бакалавриата обучающийся должен овладеть следующими результатами обучения по дисциплине:

Коды компетенции	Результаты освоения ОП Содержание компетенций*	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине**
ПК-2	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	**Знать:** - особенности технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; - иметь представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. **Уметь:** - собирать требуемый материал;

	мультимедийных платформах	- организовать работы по созданию текстового и графического контента - собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; - писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео). **Владеть:** - основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; - основами SEO-оптимизации, основами Email-маркетинга; - технологиями аудита сайта, системами мониторинга информационного поля IQBuzz, YouScan и аналогов, системами анализа активности пользователей в соцсетях, навыками работы с Google Analytics.

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 зачетные единицы, т.е. 108 академических часов.

Форма обучения	курс	семестр	Трудоемкость дисциплины в часах							Курсовая работа	Форма итогового контроля
			Всего час./ зач. ед	Аудиторных часов	Лекции	Семинарские (практические)	Лабораторные работы	Самостоятельная работа	Контроль (промежуточная аттестация)		
Очная	**4**	**8**	**108/3**	**36**	**-**	**36**	**-**	**36**	**36**	**-**	**экзамен**
Очно-заочная	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**	**-**
Заочная	**5**	**10**	**108/3**	**10**	**4**	**6**	**-**	**62**	**36**	**-**	**экзамен**

Для очной формы обучения:

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры			
		5	6	7	8
Аудиторные занятия (всего)	36				36

В том числе:					
Лекции	-				-
Практические занятия (ПЗ)	-				-
Семинары (С)	36				36
Лабораторные работы (ЛР)	-			-	
Самостоятельная работа (всего)	36				36
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-				-
Расчетно-графические работы	-			-	
Реферат	-			-	
Эссе	-			-	
Контрольная работа	-			-	
Другие виды самостоятельной работы	-			-	
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	36			36	
Общая трудоемкость час./ зач. ед	108/3			108/3	

Для заочной формы обучения:

Вид учебной работы	**Всего часов**	**Семестры**			
		7	8	9	10
Аудиторные занятия (всего)	10				10
В том числе:					
Лекции	4				4
Практические занятия (ПЗ)	-				-
Семинары (С)	6		-		6
Лабораторные работы (ЛР)	-				-
Самостоятельная работа (всего)	62				62
В том числе:					
Курсовой проект (работа)	-				-
Расчетно-графические работы	-		-		
Реферат					
Эссе					
Контрольная работа					
Другие виды самостоятельной работы	60				60

Вид промежуточной аттестации (экзамен)	-				36
Общая трудоемкость час./ зач. ед	108/3				108/3

СОДЕРЖАНИЕ РАЗДЕЛОВ ДИСЦИПЛИНЫ

Раздел 1. Введение. Понятийный аппарат курса. Характеристики аудитории медиа. Эволюция медиапотребления. **.** Изменения аудитории: медиапотребление, фрагментация, экономика внимания, кризис доверия. Качественные характеристики традиционных и новых медиа.
Раздел 2 Четыре типа конкурентов – зачем и как анализировать их контент и стратегию. Конкурентный анализ. Карта сегментов
Раздел 3. Кросс-медийное планирование контента. Уровни кросс-медиа. Актуальные вопросы кроссмедийного планирования контента.
Раздел 4. Охват кросс-медиа. Кросс-медиа маркетинг. Реклама медиапродукта. Таргетинг. Вирусный маркетинг. Модели проведения рекламной кампании: традиционные и прогрессивные.
Раздел 5. Инструментальный фундамент кросс-медийной стратегии. Знакомство с парсерами. Топ-инструменты парсера
Раздел 6 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
Раздел 7 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
Раздел 8. Особенности кросс-медийного планирования информационных и развлекательных проектов. Разбор кейсов
Раздел 9. Особенности кросс-медийного планирования документальных проектов. Разбор кейсов
Раздел 10. Особенности кросс-медийного планирования проектов научно-популярной и образовательной тематики. Разбор кейсов
Раздел 11. Особенности кросс-медийного планирования аудиальных форматов. Разбор кейсов
Раздел 12. Особенности кросс-медийного планирования рекламных проектов. Разбор кейсов

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ

Методика преподавания дисциплины «Кроссмедийные технологии продвижения контента» и реализация компетентностного подхода в изложении и восприятии материала предусматривает лекции, подготовку докладов, контактные консультации в виде индивидуального разбора представленных докладов, помощь в подборе литературы для выступления; семинарские занятия в виде докладов, обсуждений, разбора подготовленных дома домашних заданий (по текстам СМИ).

Предусмотрены встречи с представителями государственных и общественных организаций, мастер-классы экспертов и специалистов.

6. ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

В процессе обучения используются следующие оценочные формы самостоятельной работы студентов, оценочные средства текущего контроля успеваемости: контрольные работы, рефераты и эссе. Оценочные средства текущего и промежуточного контроля успеваемости включают тематику контрольных работ, рефератов, эссе, контрольные вопросы.

Форма промежуточной аттестации: экзамен в форме устного собеседования.

Примерная тематика контрольных работ, рефератов, эссе, образцы контрольных вопросов для проведения промежуточного контроля представлены в приложении 1.

6.1. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине в приложении 1

6.1.1. Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения образовательной программы.

В результате освоения дисциплины формируются следующие компетенции:

Код компетенции	В результате освоения образовательной программы обучающийся должен обладать
ПК-2	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

В процессе освоения образовательной программы данных компетенций, в том числе их отдельные компоненты, формируются поэтапно в ходе освоения обучающимися дисциплин, практик в соответствии с учебным планом и календарным графиком учебного процесса.

6.1.2. Описание показателей и критериев оценивания компетенций, формируемых по итогам освоения дисциплины (модуля), описание шкал оценивания

Показателем оценивания компетенции на различных этапах их формирования является достижение обучающимися планируемых результатов обучения по дисциплине.

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				
Показатель	**Критерии оценивания**			
	2	**3**	**4**	**5**
Знать: - особенности технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; - иметь представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей.	Обучающийся демонстрирует полное несоответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео).Допускаются значительные	Обучающийся демонстрирует достаточное соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного

	контента (текст, фото, видео).	ошибки, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями.	контента (текст, фото, видео). При этом допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при анализе конкретной журналисткой практики.	контента (текст, фото, видео). Свободно оперирует приобретёнными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.
Уметь: - собирать требуемый материал; - организовать работы по созданию текстового и графического контента - собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; - писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео).	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени демонстрирует умения в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео).	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений: в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео). Допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность умений по ряду показателей, обучающийся испытывает значительные затруднения.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео). Умения освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео). .

Владеть: - основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; - основами SEO-оптимизации, основами Email-маркетинга.	Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; .	Обучающийся владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента. При этом обучающийся испытывает значительные затруднения при применении методов в стандартны ситуациях.	Обучающийся владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при переносе умений на нестандартные ситуации.	Обучающийся в полном объеме владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; Свободно применяет полученные навыки в ситуациях повышенной сложности.

Шкалы оценивания результатов промежуточной аттестации и их описание:

Форма промежуточной аттестации: экзамен.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме экзамена 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 (модулю) проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно» или «неудовлетворительно».

Шкала оценивания	***Описание***
Отлично	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей,

	оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.
Хорошо	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует неполное, правильное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, либо если при этом были допущены 2-3 несущественные ошибки.
Удовлетворительно	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Студент демонстрирует соответствие знаний, в котором освещена основная, наиболее важная часть материала, но при этом допущена одна значительная ошибка или неточность.
Неудовлетворительно	Не выполнен один или более видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Студент демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей, допускаются значительные ошибки, проявляется отсутствие знаний, умений, навыков по ряду показателей, студент испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и умениями при их переносе на новые ситуации.

Фонды оценочных средств представлены в приложении 1 к рабочей программе

7.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

7.1. Основная литература ко всему курсу

Универсальная журналистика: учебник для студентов высших учебных заведений, обучающихся по направлению подготовки высшего образования 42.03.02 "Журналистика" (бакалавриат) и 42.04.02 "Журналистика" (магистратура) / под ред. Л.П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 480 с.

7.2. Дополнительная литература

Проблематика СМИ. Информационная повестка дня. Под ред. М. В. Шкондина, Г. С. Вычуба, Т. И. Фроловой. Учебное пособие. М.: Аспект Пресс, 2008.

Профессиональная культура журналиста как фактор информационной безопасности. Сборник статей и материалов. Под редакцией профессора В. Ф. Олешко. - Екатеринбург, 2008. - 352 с.

7.3. Документы

Федеральные Законы:

"О средствах массовой информации",
"Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления",
"Об обеспечении доступа к информации о деятельности судов в Российской Федерации",
"О гарантиях равенства парламентских партий при освещении их деятельности государственными общедоступными телеканалами и радиоканалами",
"О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации".

7.4.Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

http://postjournalist.org/
https://te-st.ru/2014/04/02/sxsw-2014-social-survival-guide/
https://te-st.ru/reports/longread-diy-webinar-materials/
https://snob.ru/profile/22979/blog/33620
http://samlib.ru/p/perewalow_w_w/hitechjournalism.shtml
http://newmedia2016.digital-books.ru/
Вестник МГУ. Сер. 10, Журналистика. https://istina.msu.ru/journals/94031/
Медиаскоп http://mediascope.ru/node/737
Вестник СПбГУ. Сер 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. http://vestnik.unipress.ru/s09.html
Медиаальманах: http://mediaalmanah.ru/archive/64/

8. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Аудитория для семинарских занятий № 4902, 4903 (г. Москва, ул. Автозаводская, д. 16, корп. 4): столы учебные со стульями, аудиторная доска. Рабочее место преподавателя: стол, стул.

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.

9. МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТА

Самостоятельная внеаудиторная работа студента направлена на выработку навыков самостоятельной работы по поиску, анализу информации по теме, систематизации материала. Предполагается подготовка реферата, презентации в мультимедийном формате по теме курса, проведение мини-контрольных.

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.

Требования к докладам. Объем – не менее 10 страниц. Работа должна состоять из введения, основной части и заключения. Во введении раскрываются научная и практическая значимость представленной темы, степень ее изученности, цели и задачи, которые ставит перед собой автор сообщения. В основной части доклада (реферата) студент последовательно решает поставленные задачи, опираясь на выявленный фактический материал, теоретические разработки исследователей. В заключении необходимо сделать выводы, которые должны строго соответствовать содержанию работы, сформулированным целям и задачам, опираться на фактический материал, собранный автором. В конце доклада (реферата) обязательно приводятся примечания, а также библиографический список (не менее 6 наименований). Хронологические рамки рефератов должны охватывать период с 1990-х гг. XX в. до наших дней.

Поощряется также подготовка студентами электронных презентаций, критерии подготовки должны бать поняты студентами и излагаются на первом семинарском занятии. 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.

10. **МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ДЛЯ ПРЕПОДАВАТЕЛЯ**

Базовая методика – лекции-беседы (предварительная подготовка студентов к лекции в форме чтения материалов по теме и обсуждение прочитанного во время лекции). Возможно проведение практических занятий по типологическому анализу СМИ. В качестве текущего и промежуточного контроля может быть использовано тестирование и подготовка рефератов.

Наряду с теоретико-аналитическим материалом, предоставлением статистических и социологических данных активно привлекаются примеры из практики СМИ. Семинарские занятия посвящены анализу текстов СМИ (история и современность). В завершение изучения курса студенты готовят и обсуждают на семинаре проблемные тексты, написанные в тематике курса и соответствующие профилизации. В процессе изучения курса студенты выполняют курсовую работу. При ее подготовке студентами должны использоваться публикации по актуальной проблематике из российских и/или зарубежных СМИ.

Формы текущего и промежуточного контроля: написание эссе, рефератов, контрольных работ, выступление на круглых столах; участие в работе на семинарах, устные и письменные опросы, тестирование.

В конце изучения курса проводится экзамен. Экзамен принимается в форме собеседования, обязательны дополнительные вопросы по каждой пропущенной или плохо отработанной на семинаре/практическом занятии теме.

Результирующая оценка слагается из следующих составляющих:

- активное участие в семинарских занятиях;
- посещение лекций;
- написание письменных работ по заданной теме (эссе, рефераты, рецензии, публикации в газетах и журналах);
- результаты письменных и устных опросов.
- ответ во время экзамена.

Рабочая программа разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом по направлению подготовки 42.03.02. «Журналистика», утвержденным приказом Минобрнауки РФ от 8 июня 2017 г., № 524.

Программу составила:



Ст. преп. Н.Ю. Прыгина

Программа утверждена на заседании кафедры журналистики и массовых коммуникаций имени М.Ф. Ненашева

«21» июня 2021 г., протокол № 13.



Зав. кафедрой, к.ф.н., доцент /Е.В. Перевалова

ПРИЛОЖЕНИЕ 1

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

Направление подготовки: 42.03.02 ЖУРНАЛИСТИКА
ОП (профиль): «Периодические издания и мультимедийная журналистика»

Форма обучения: очная, заочная
Профессиональные задачи следующих типов (В соответствии с ФГОС ВО)
- авторский;
- редакторский;
- проектный,
- организационный;
- социально-просветительский.

Кафедра: ЖУРНАЛИСТИКИ И МАССОВЫХ КОММУНИКАЦИЙ
имени М.Ф. НЕНАШЕВА

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ «Кроссмедийные технологии продвижения контента»

Состав:
1. Показатели уровня сформированности компетенции
2. Перечень оценочных средств по дисциплине
3. Вопросы к экзамену
4. Форма экзаменационного билета
5. Тематика докладов, сообщений

Составитель: Н.Ю. Прыгина, ст. преп.

Москва, 2021 год

1. ПОКАЗАТЕЛИ УРОВНЯ СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

В процессе освоения данной дисциплины студент формирует и демонстрирует следующие общепрофессиональные 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			
Перечень компонентов	Технология формирования	Форма оценочного средства	Степени уровней освоения компетенций
Знать: - особенности технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; - иметь представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. **Уметь:** - собирать требуемый материал; - организовать работы по созданию текстового и графического контента - собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; - писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео). **Владеть:** - основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с	Лекция, самостоя-тельная работа, семинар-ские занятия	Контрольные работы, доклады, сообщения, Рефераты.	<u>Базовый уровень:</u> Знания получены, но допускаются незначительные затруднения при ответах. Умеет анализировать информационный рынок на предмет наличия свободных ниш <u>Повышенный уровень</u>: Свободно оперирует приобретенными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента.			

ПЕРЕЧЕНЬ ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

№ ОС	Наименование оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в ФОС
2	Доклад, сообщение (ДС)	Продукт самостоятельной работы студента, представляющий собой публичное выступление по представлению полученных результатов решения определенной учебно- практической, учебно-исследовательской или научной темы	Темы докладов, сообщений

ПК-2 способен в рамках отведенного бюджета времени создавать материалы для массмедиа в определенных ж
форматах с использованием различных знаковых систем (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) в завис
от типа СМИ для размещения на различных мультимедийных платформах

Показатель	Контроли-руемые темы	**ЭКЗАМЕН**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: - особенности технологии делового взаимодействия в процессе подготовки медиапродуктов; - иметь представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации,	1-12	Студентом задание не выполнено или выполнено на очень низком, недостаточном для положительной оценки уровне.	Студентом не полностью выполнены пункты задания. Сформулированы, но слабо аргументированы собственные оценки, выводы и комментарии; недостаточно продемонстрировано умение перевести теоретические знания в практическую плоскость и дать	Студентом полностью выполнены все пункты задания, сформулированы и аргументированы собственные оценки, выводы и комментарии; но недостаточно продемонстрировано умение перевести теоретические знания в практическую плоскость и дать оценку вопроса с	Студентом полностью выполнены все пункты задани сформулирова аргументиров собственные о выводы и комментарии; продемонстри умение перев теоретические знания в практическую плоскость; да оценка вопрос позиций

Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей.			оценку вопроса с позиций профессиональной коммуникативной деятельности журналиста.	позиций профессиональной коммуникативной деятельности журналиста.	профессионал коммуникатив деятельности журналиста.
Уметь: - собирать требуемый материал; - организовать работы по созданию текстового и графического контента - собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; - писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео).		Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет правильно - ориентироваться в вопросах кроссмедийного планирования современности и в актуальных проблемах современного российского и мирового сообщества, - анализировать и оценивать адекватность освещения в средствах массовой информации актуальной проблематики.	Студентом задание решено с подсказками преподавателя. При этом даны ответы не на все поставленные вопросы, мало представлены или отсутствуют собственные оценки, выводы и комментарии; нет связи с профессиональной деятельностью журналиста. При выполнении задания и презентации результатов испытывает сложности . Слабо демонстрирует соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео). .	Обучающийся демонстрирует полное соотв умений в част требуемого материала; - организации по со текстового графического контента - сбора инфор из источников, систематизаци изложения; - письма, обра переработки в различных создания уникального разнообразног контента (текс видео). Свободно опер приобретённы умениями, при их в ситуациях повышенной сложности.

			контента (текст, фото, видео).		
Владеть: - основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента.		Обучающийся не владеет или в недостаточной степени владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; .	Обучающийся владеет основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; Однако, допускаются значительные ошибки, проявляется недостаточность владения навыками по ряду показателей. Обучающийся испытывает значительные затруднения при применении навыков в новых ситуациях.	Обучающийся частично владеет - основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента; .Навыки освоены, но допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе умений на новые, нестандартные ситуации.	Обучающийся полном владеет ос подготовки мультимедийн продуктов, на организации взаимодействи руководителям направлений различных творческих гру разработки создания качественного контента; Свободно прим полученные на ситуациях повышенной сложности.

2. ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ:

<u>Вопросы для проверки уровня обученности (ЗНАТЬ)</u>:

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?

<u>Вопросы для проверки уровня обученности (УМЕТЬ)</u>:

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?

Вопросы для проверки уровня обученности (ВЛАДЕТЬ):

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/

4. ФОРМА ЭКЗАМЕНАЦИОННОГО БИЛЕТА

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

Институт Издательского дела и журналистики — Кафедра ЖиМК имени М.Ф. Ненашева
Дисциплина Кроссмедийные технологии продвижения контента
Направление подготовки (специальность) 42.03.02 Журналистика
Курс ___ форма обучения очная, заочная

ЭКЗАМЕНАЦИОННЫЙ БИЛЕТ № 1.

1. Кросс-медийное планирование контента причины появления и перспективы развития
2. Проанализируйте визуальную составляющую интернет-журнала «RBC Daily» и аккаунтов проекта в соцсетях
3. **Составьте кроссмедийный план продвижения мультимедийного проекта** https://www.kp.ru/best/ufa/ufa2015/

Утверждено на заседании кафедры «___» _____ 20___ г., протокол № __.

Зав. кафедрой _____ / _____/

ПК-2 - Способен организовывать процесс создания журналистского текста и (или) продукта					
Контролируемый результат обучения	**Контролируемые темы (разделы) дисциплины**	**ДОКЛАДЫ, СООБЩЕНИЯ**			
		Критерии оценивания			
		2	**3**	**4**	**5**
Знать: - особенности технологии делового взаимодействия	1-12 разделы	Обучающийся не умеет или в недостаточной степени умеет	Студентом задание решено с подсказками	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений в части

в процессе подготовки медиапродуктов; - иметь представление о технологиях контент-менеджмента и контент-маркетинга, продвижения сайта, SEO-оптимизации, Social Media Marketing, директ-маркетинга, аудита сайта и мониторинга социальных сетей. **Уметь:** - собирать требуемый материал; - организовать работы по созданию текстового и графического контента - собирать информацию из разных источников, систематизировать и излагать ее; - писать, обрабатывать и перерабатывать тексты в различных стилях, создавать уникальный и разнообразный контент (текст, фото, видео). **Владеть:**		правильно - ориентироваться в вопросах кроссмедийного планирования современности и в актуальных проблемах современного российского и мирового сообщества, - анализировать и оценивать адекватность освещения в средствах массовой информации актуальной проблематики.	преподавателя. При этом даны ответы не на все поставленные вопросы, мало представлены или отсутствуют собственные оценки, выводы и комментарии; нет связи с профессиональной деятельностью журналиста. При выполнении задания и презентации результатов испытывает сложности . Слабо демонстрирует соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее	умений соответствие умений в части сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео). .	сбора требуемого материала; - организации работы по созданию текстового и графического контента - сбора информацию из разных источников, ее систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео). Свободно оперирует приобретёнными умениями, применяет их в ситуациях повышенной сложности.

- основами подготовки мультимедийных продуктов, навыками организации взаимодействия с руководителями направлений различных творческих групп для разработки и создания качественного контента			систематизации и изложения; - письма, обработки и переработки текстов в различных стилях, создания уникального и разнообразного контента (текст, фото, видео).		

5. 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