Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 23.06.2026 17:57:30
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

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/

«27» февраля 2025 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

РАЗРАБОТКА КОНЦЕПЦИЙ ЦИФРОВЫХ МЕДИА

Направление подготовки/специальность
42.04.02 Журналистика

Профили
Медиакоммуникации в креативных индустриях

Квалификация
магистр

Формы обучения
очно-заочная

Москва, 2025 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»,

д.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 –

изучение общих принципов работы по созданию концепции мультимедийного СМИ, с учетом традиционного подхода к созданию новых СМИ (исторического аспекта) и новых требований современности (реалий). Разработка собственного проекта мультимедийного СМИ с целью усвоения особенностей функционирования средств массовой информации и коммуникации в современных условиях. Освоение практических навыков работы в условиях конвергенции СМИ, изменившихся факторов подготовки контента для СМИ различных медиаплатформ.

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

- Получение достаточных знаний в области создания концепции мультимедийного СМИ,
- Отработка умений на практике в части создания мультимедийного СМИ «с нуля»: от замысла до выхода в свет.
- Умение определять типы традиционных и мультимедийных изданий;
- Овладение принципами изучения портрета целевой аудитории,
- Самостоятельный отбор и оценка идей для открытия новых СМИ,

Обучение по дисциплине направлено на формирование следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
ПК-3. Способен создавать концепцию и планировать реализацию индивидуального и (или) коллективного проекта в сфере журналистики	ИПК-3.1. Проводит многофакторный анализ перспектив запуска проекта в сфере журналистики ИПК-3.2. Разрабатывает все компоненты концепции и выстраивает приоритеты решения творческих задач ИПК-3.3. Составляет план действий по реализации проекта
ПК-4. Способен организовать работу и руководить предприятием (подразделением) в современной медиаиндустрии.	ИПК-4.1. Планирует деятельность предприятия (подразделения) на временную перспективу ИПК-4.2. Распределяет кадровые и финансовые ресурсы в соответствии с решаемыми задачами ИПК-4.3. Отслеживает результаты работы предприятия (подразделения) и оценивает ее эффективность по профессиональным индикаторам

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

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

Дисциплина взаимосвязана логически и содержательно-методически со следующими дисциплинами и практиками ОП: Тенденции и перспективы развития рынка СМИ России; Новые медиа; Современный мультимедиаконтент; Медиатекст в массовых коммуникациях; Креативный медиапроект: планирование и управление; Журналистика

информационной цивилизации; Журналистика 3.0.; Профессионально-творческая практика, Преддипломная практика; Научно-исследовательская работа.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зачетные единицы (144 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	
			4 семестр
1	**Аудиторные занятия**	**54**	54
	В том числе:		
1.1	Лекции	-	-
1.2	Семинарские/практические занятия	54	54
1.3	Лабораторные занятия	-	-
2	**Самостоятельная работа**	**54**	54
	В том числе:		
2.1	Подготовка контрольных работ	54	54
3	**Промежуточная аттестация**		
	Экзамен	**36**	36
	Итого	**144**	144

3.1 Тематический план изучения дисциплины

3.2 Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1. Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1	Тема 1. Введение. Теория и практика создания концепций мультимедийного СМИ	10	-	4	-	-	6
2	Тема 2. Целевая аудитория мультимедийного СМИ	16	-	8	-	-	8
3	Тема3. Концепция как система	18	-	10	-	-	8
4	Тема 4. Разработка концепции: как примирить творчество и управление?	16	-	8	-	-	8

5	Тема 5. Целеполагание. Законы творчества	16	-	8			8
6	Тема 6. Разработка концепции как управление проектом	16	-	8			8
7	Тема 7. Концепция Маэстро	16	-	8			8
	Экзамен	36					36
		144	**-**	**54**	**-**		**90**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Введение. Теория и практика создания концепций мультимедийного СМИ

Исторический аспект. Реалии. Перспективы. Цели и задачи курса. - 2 часа

Тема 2. Целевая аудитория мультимедийного СМИ

Удовлетворение потребности аудитории в информации. Особенности изучения ожидания и соответствия ожиданиям. Социологи - партнеры медиаменеджеров. 4 часа

Тема3. Концепция как система

Различные уровни создания концепции: типологический, тематический, жанровый, композиционный и графический.. 6 часов

Тема 4. Разработка концепции: как примирить творчество и управление?

Методы повышения Креативности. Мозговой штурм. Стрессовые техники повышения креативности. 6 часов

Тема 5. Целеполагание. Законы творчества

SMART — общие принципы. Практика применения в сфере мультимедиа. Критическое мышление — как не навредить. Опыт Уолта Диснея. 4 часа

Тема 6. Разработка концепции как управление проектом

Управление проектами: понятие и задачи. Цели, фазы и структура проектов. Методы и приемы управления проектами. 8 часов

Тема 7. Концепция Маэстро

Концепция Маэстро, как удачный алгоритм разработки идей в редакционном коллективе.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

3.4.1. Семинарские/практические занятия для очно-заочной формы обучения

Семинары 1-2. Теория и практика создания концепций мультимедийного СМИ
Семинары 3-6. Целевая аудитория мультимедийного СМИ
Семинары 7-11. Концепция как система
Семинары 12-15. Разработка концепции: как примирить творчество и управление?
Семинары 16-19. Целеполагание. Законы творчества
Семинары 20-23. Разработка концепции как управление проектом
Семинары 24-27. Концепция Маэстро

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

Игнатова И.Б. Новые медиа: теория и практика : учебно-методическое пособие / Игнатова И.Б., Зубаркина Е.С., Землянский А.В.. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2022. — 96 c. — ISBN 978-5-4263-1095-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/130139.html (дата обращения: 05.07.2023). — Режим доступа: для авторизир. Пользователей

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

Универсальная журналистика : учебник для вузов / Л.И. Белова [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2016. — 480 c. — ISBN 978-5-7567-0841-7. — Текст : электронный // IPR SMART : [сайт]. — URL: https://www.iprbookshop.ru/56307.html (дата обращения: 04.07.2023). — 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

4.4. Электронные образовательные ресурсы

Электронный ресурс «Разработка концепций мультимедийного СМИ» https://lms.mospolytech.ru/local/crw/course.php?id=10686

4.5. Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

Не требуется

4.6. 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

6.3. Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Изучение учебной дисциплины осуществляется в форме интерактивных семинарских занятий. Задача семинарских занятий – закрепление полученных теоретических знаний.

Активность на семинарских занятиях имеет приоритетное значение. Дискуссии на семинарах по заранее объявленным темам проходят в свободной форме и имеют целью выявление знания, понимания проблемы и способности критической оценки различных подходов к анализу средств массовой информации и методов их изучения.

Формы текущего и промежуточного контроля: выступление на круглых столах; участие в работе на семинарах, устные и письменные опросы.

Дисциплина оценивается в ходе экзамена во четвертом семестре. 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; результаты письменных и устных опросов, ответ во время экзамена.

6.4. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Магистры, освоившие материал курса «Разработка концепций цифровых медиа», получают значительное конкурентное преимущество перед иными магистрами-журналистами вследствие растущей потребности в переформатировании традиционных СМИ в мультимедийные. Слушатели курса успешно выполнившие практические задания курса становятся носителями информации о принципах запуска и модернизации мультимедийной редакции по всем ключевым позициям (от тематики медиа до трудовых отношений внутри редакции). С учетом необходимости поддержания равновесия между традиционными подходами к подготовке журналистских материалов и адаптацией умений и знаний журналистов к меняющимся реалиям рынка мультимедиа.

Входные требования для успешного освоения курса (знания/умения/навыки): владение ПК на уровне уверенного пользователя, продвинутая работа в интернете (поиск, серфинг), экспертный сбор и анализ нформации, Базовые знания о специфике функционирования мультимедийного СМИ, понимание трендов в части трансформации

традиционных СМИ в мультимедийные, тенденций в конвергенции СМИ, специфике современной аудитории. Основательная подготовка и самостоятельная работа по дисциплине предполагает обращение как к традиционным академическим источникам, так и к статьям в отраслевых электронных ресурсах.

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.

Студенту, желающему углубить свои знания, предоставляется возможность расширить круг специализированного чтения за счет обращения к дополнительным источникам, указанным в программе курса.

В процессе самоподготовки студенту следует:

- изучать и анализировать источники и научную литературу, рекомендованную преподавателем по программе курса;
- пользоваться ресурсами Интернета для самостоятельного поиска научной информации по курсу.
- обращаться за разъяснениями к преподавателю по вопросам курса, которые вызывают затруднение.

7. Фонд оценочных средств

7.3. 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 занятия, подготовка коллективного проекта, проведение деловых игр, выполнение контрольных работ.

Форма промежуточной аттестации - экзамен в форме собеседования.

Оценочные средства текущего контроля успеваемости включают тематику сообщений для подготовки к семинарским занятиям, тематику контрольных работ, примерная тематика проектов и деловых игр, 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».

7.4. Шкала и критерии оценивания результатов обучения

По результатам работы, включая итоговое собеседование по всем темам курса, студенту выставляется оценка «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

Оценка **«отлично»** выставляется в том случае, если студент в полном объеме знает основные принципы разработки концепции современных мультимедийных СМИ, общие тенденции развития современного состояния системы СМИ России, главные, отличительные черты различных средств массовой информации и особенности перехода к подготовке мультимедийного контента (пресса, телевидение, радиовещание, мобильные медиа), методы работы журналиста; принцип действия концепции «Маэстро» в работе редакции, сущность работы над проектом нового мультимедийного СМИ.

Студент умеет применять теоретические знания о методах повышения креативности при решений практических задач связанных с разработкой концепции мультимедийного СМИ, использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналисткой работе; понимать функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе периодического издания или иного вида и типа СМИ, планировать реализацию проекта с учетом роли медиакультуры и журналистики в обществе; формировать команду под проект.

Уверенно владеет технологией анализа потенциальной востребованности мультимедийного СМИ аудиторией, методикой создания СМИ «с нуля», принципами управления проектами, системным подходом к модернизации концепции традиционного СМИ (создания новой концепции конвергентного медиа), учитывая первоначальную специфику средства массовой информации, его вида и типа.

Оценка **«хорошо»** выставляется в том случае, если студент знает основные принципы разработки концепции современных мультимедийных СМИ, общие тенденции развития современного состояния системы СМИ России, главные, отличительные черты различных средств массовой информации и особенности перехода к подготовке мультимедийного контента (пресса, телевидение, радиовещание, мобильные медиа), методы работы журналиста; принцип действия концепции «Маэстро» в работе редакции, сущность работы над проектом нового мультимедийного СМИ. При этом могут допускаться незначительные ошибки и неточности.

Студент способен применять теоретические знания о методах повышения креативности при решений практических задач связанных с разработкой концепции мультимедийного СМИ, использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналисткой работе; понимать функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе периодического издания или иного вида и типа СМИ, планировать реализацию проекта с учетом роли медиакультуры и журналистики в обществе; формировать команду под проект. При переносе знаний и умений на новые нестандартные ситуации возникают затруднения.

Студент в достаточной степени владеет технологией анализа потенциальной востребованности мультимедийного СМИ аудиторией, методикой создания СМИ «с нуля», принципами управления проектами, системным подходом к модернизации концепции традиционного СМИ (создания новой концепции конвергентного медиа), учитывая первоначальную специфику средства массовой информации, его вида и типа. При этом могут быть допущены незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на новые, нестандартные ситуации.

Оценка **«удовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент демонстрирует неполное знание основных принципов разработки концепции современных мультимедийных СМИ, общих тенденций развития современного состояния системы СМИ России. Затрудняется, давая характеристику главных, отличительных черт различных средств массовой информации и особенностей перехода к подготовке мультимедийного контента (пресса, телевидение, радиовещание, мобильные медиа), методов работы журналиста; принципов действия концепции «Маэстро» в работе редакции, сущности работы над проектом нового мультимедийного СМИ. При этом могут допускаться существенные ошибки и неточности.

Студент способен применять теоретические знания о методах повышения креативности при решений практических задач связанных с разработкой концепции мультимедийного СМИ, использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналисткой работе; понимать функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе периодического издания или иного вида и типа СМИ, планировать реализацию проекта с учетом роли медиакультуры и журналистики в обществе; формировать команду под проект. При переносе знаний и умений на новые стандартные ситуации возникают затруднения.

Студент в недостаточной степени владеет технологией анализа потенциальной востребованности мультимедийного СМИ аудиторией, испытывает значительные затруднения при использовании методики создания СМИ «с нуля», принципов управления проектами, в процессе использования системного подхода к модернизации концепции традиционного СМИ (создания новой концепции конвергентного медиа). Допускаются существенные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях, переносе знаний и умений на стандартные ситуации.

Оценка **«неудовлетворительно»** выставляется в том случае, если студент демонстрирует незнание основных принципов разработки концепции современных мультимедийных СМИ, общих тенденций развития современного состояния системы СМИ России. Не может охарактеризовать главные, отличительные черты различных средств массовой информации и особенности перехода к подготовке мультимедийного контента (пресса, телевидение, радиовещание, мобильные медиа), методы работы журналиста; принципы действия концепции «Маэстро» в работе редакции, сущность работы над проектом нового мультимедийного СМИ. При этом могут допускаться существенные ошибки и неточности.

Студент не способен применять теоретические знания о методах повышения креативности при решений практических задач связанных с разработкой концепции мультимедийного СМИ, не способен использовать полученные знания в коллективной и индивидуальной журналисткой работе; не понимает функциональные особенности собственного места в редакционном коллективе периодического издания или иного вида и типа СМИ, не умеет планировать реализацию проекта с учетом роли медиакультуры и журналистики в обществе; не может формировать команду под проект. При переносе знаний и умений на стандартные ситуации возникают значительные затруднения.

Студент не владеет технологией анализа потенциальной востребованности мультимедийного СМИ аудиторией, не в состоянии использовать методики создания СМИ «с нуля», принципы управления проектами, в процессе использования системного подхода к модернизации концепции традиционного СМИ (создания новой концепции конвергентного медиа). Допускает грубые ошибки, затрудняется при аналитических операциях, переносе знаний и умений на стандартные ситуации.

7.5. Оценочные средства

7.3.1. Текущий контроль

Примерная тематика докладов, сообщений

1. Аудиторная(потребительская) модель мультимедийного СМИ

2.Маркетинговая модель мультимедийного СМИ (спрос, предложение, конкуренты, продвижение на рынок)

3.Экономическая (доходы, расходы) модель мультимедийного СМИ (в том числе рекламная модель)

4. Содержательная, тематическая модель мультимедийного СМИ

5.Стилистическая модель мультимедийного СМИ (книга стилей, профессиональные стандарты журналистики)

6.Дизайнерск модель мультимедийного СМИ (композиционно-графическую)

7.Организационная модель мультимедийного СМИ

8. От мечты к идее. От идеи к успеху. Уолт Дисней и его принципы работы .

9. SMART - умение эффективного целеполагания

10. Принцип «6 шляп» в работе медиаменеджера над концепцией СМИ.

Примерная тематика контрольных работ

Примерные темы для контрольной работы № 1:

Что такое индивидуальные методы креативности?

Для чего нужна стилистическая модель издания? Что это такое?

Примерные темы для контрольной работы № 2:

Источники инвестирования проектов.

Для чего нужна организационная модель издания? Что это такое?

Примерная тематика проектов и деловых игр

Проект: Проработка концепции мультимедийного СМИ и создание редакции с распределением ролей между коллегами. Последовательное создание все моделей от тематической и стилистической, до организационной и экономической.

Деловая игра: «Кризис жанра или… что делать, когда все уже придумано до нас».

Исходные данные. Есть инвестор. (одна роль). Есть Творческий коллектив состоящий из 8 человек (6 шляп + два нейтральных элемента). И есть сумма вложение, которые необходимо в максимально короткие сроки вложить в реальное мультимедийное дело. Далее. В зависимости от полученного описания ролей развивается основное действие. За ходом игры наблюдает Большое жюри – группа студентов с участием преподавателя. По окончании игры Большое жюри проводит поэтапный анализ результатов коллективных упражнений.

7.3.2. Промежуточная аттестация

Примерные вопросы к экзамену

1. Что такое аудиторная(потребительская) модель мультимедийного СМИ

2. Что такое маркетинговая модель мультимедийного СМИ (спрос, предложение, конкуренты, продвижение на рынок)

3. Что такое экономическая (доходы, расходы) модель мультимедийного СМИ (в том числе рекламная модель)

4. Что такое содержательная, тематическая модель мультимедийного СМИ

5. Что такое стилистическая модель мультимедийного СМИ (книга стилей, профессиональные стандарты журналистики)

6. Что такое дизайнерская модель мультимедийного СМИ (композиционно-графическую)

7. Что такое организационная модель мультимедийного СМИ

8. Что такое тематическая модель мультимедийного СМИ.

9. Что такое типоформирующие характеристики традиционных и мультимедийных СМИ? (перечислите и объясните)

10. Назовите стадии алгоритма креативности, объясните их суть.

11. Что такое механизмы повышения креативности? (Приведите примеры из собственной профессиональной жизни).

12.В чем суть коллективных методов повышения креативности (Приведите примеры. Не менее трёх). (Приведите примеры из собственной профессиональной жизни)

13. В чем суть индивидуальных механизмов повышения креативности. Когда в них возникает потребность.. (Приведите примеры. Не менее трёх).

14. Бизнес-план как неотъемлемая часть экономической модели концепции мультимедийного СМИ. (Приведите примеры)

15. Концептуальная роль слайдеров в мультимедийных СМИ. Приведите удачные примеры их применения в своей практической деятельности (или на примере других СМИ)

16. Концептуальная роль интерактивных карт и маршрутов в мультимедийных СМИ. Приведите удачные примеры их применения в своей практической деятельности (или на примере других СМИ)

17. Концептуальная роль подкастов в мультимедийных СМИ. Приведите удачные примеры их применения в своей практической деятельности (или на примере других СМИ)

18. Концептуальная роль слайдшоу и фотогалерей в мультимедийных СМИ. Приведите удачные примеры их применения в своей практической деятельности (или на примере других СМИ) .

19. Концептуальная роль лонгридов в мультимедийных СМИ. Приведите удачные примеры их применения в своей практической деятельности (или на примере других СМИ) .

20. Концептуальная роль тестов и викторин в мультимедийных СМИ. Приведите удачные примеры их применения в своей практической деятельности (или на примере других СМИ)

Практическое задание на экзамене: Описание последовательности действий сотрудников учебной проектной редакции при создании концепции нового мультимедийного СМИ. Один из этапов (на выбор) разобрать подробно.