Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 04.04.2025 12:16:07
Уникальный программный ключ:
8db180d1a3f02ac9e60521a5672742735c18b1d6

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

Факультет Экономики и управления

УТВЕРЖДАЮ
Декан
_____ /А.В. Назаренко/
«27» февраля 2025

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Лайфстайл медиа»

Направление подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Продюсирование в креативных индустриях»**

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Очная, очно-заочная

Москва 2025 г.

Разработчик:

Доцент кафедры РиСОМ, к.и.н. Полунина О.С.

Согласовано:

Заведующий кафедрой РиСОМ,
к.э.н., доцент Ю.О. Алтунина

Руководитель образовательной программы
к.э.н., доцент Ю.О. Алтунина

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 Содержание дисциплины 8

3.3 Тематика семинарских занятий 8

3.4 Тематика курсовых проектов (курсовых работ) 9

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение 9

4.1 Нормативные документы и ГОСТы 9

4.2 Основная литература 9

4.3 Дополнительная литература 9

4.4 Электронные образовательные ресурсы 10

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение 10

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы 10

5 Материально-техническое обеспечение 11

6 Методические рекомендации 11

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения 11

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины 12

7 Фонд оценочных средств 13

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения 13

7.3 Оценочные средства 16

1 Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Целями изучения дисциплины «Лайфстайл медиа» являются:

Цель дисциплины заключается в получении обучающимися теоретических знаний о современной журналистике стиля, журналистике об жизни и моде, ее особенностях развития в историческом пространстве и времени с последующим применением в профессиональной сфере и практических навыков для авторских материалов в изученных медиа, для работы с этими видами СМИ.

Задачи дисциплины:

1. систематизация знаний об глянцевой журналистике, журналистике стиля жизни, ее истории и современном состоянии;

2. освоение базового научного аппарата глянцевой, гендерной журналистики;

3. освещение основных инструментов работы модели лайфстайл медиа, медиа о моде и стиле, в том числе в условиях конвергентной редакции;
4. выработка у бакалавров умений и навыков эффективного взаимодействия, определяющих высокий уровень коммуникативной компетентности в сферах профессионально ориентированной коммуникации.

Обучение по дисциплине «Лайфстайл медиа» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных

	культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью

Современный студент должен уметь эффективно применять технологии и инструменты ИИ, используемые для поиска информации, выбора и применения данных, генерации идей и объектов, создаваемых ИИ, но при этом соответствовать кодексу этики в сфере ИИ и авторского права, критически оценивать полученные результаты, проверять достоверность источников и адаптировать материал под конкретные учебные задачи. Преподаватель формирует у обучающегося следующие навыки: выбора систем ИИ по назначению и для предметной области, определяемой учебной дисциплиной с учетом жизненного цикла систем ИИ, на основе принципа максимизации пользы человеку; добровольное и добросовестное информирование о применении ИИ, навык маркировки применения ИИ; соблюдения положения законодательства, регулирующего использование ИИ; ответственности через осознание универсальной личной обязанности этического использования систем ИИ, влекущего последствия применения ИИ; поиск лучших практик применения ИИ в предметной области, формируемой учебной дисциплиной, коллаборацией вузов и индустриальными партнерами; понимания набора данных, алгоритмов и методов обработки данных, применяемые для группирования, классификации, типизации и определения факторов; осмысленной работы с искусственным интеллектом, избегая бездумного копирования готовых решений прикладных задач.

2 Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Лайфстайл» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений блока Б.1. «Дисциплины (Модули)» учебного плана.

3 Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость (объем) дисциплины «Лайфстайл медиа» составляет 3 зачетные единицы, 108 академических часов.

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость
(по формам обучения)

3.1.1 Очная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	
1	**Аудиторные занятия**	**36**	36	
	В том числе:			
1.1	Лекции	18	18	
1.2	Семинарские/практические занятия	18	18	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**72**	72	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	72	72	
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**			
	зачет			
	Итого	**108**	108	

3.1.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Вид учебной работы	Количество часов	Семестры	
			3	
1	**Аудиторные занятия**	**18**	18	
	В том числе:			
1.1	Лекции	4	4	
1.2	Семинарские/практические занятия	14	14	
1.3	Лабораторные занятия			
2	**Самостоятельная работа**	**90**	90	
	В том числе:			
2.1	Курсовая работа			
2.2	Подготовка к семинарским/практическим занятиям	90	90	
2.3	Подготовка рефератов			
2.4	Подготовка к тестированию			
3	**Промежуточная аттестация**			
	зачет			
	Итого	**108**	108	

Тематический план изучения дисциплины
(по формам обучения)

3.2.1 Очная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.1	История становления журналистики стиля жизни	14	2	2			10
1.2	Современной состояние отрасли	14	2	2			10
1.3	Особенности языка современных лайфстайл медиа	18	4	4			10
1.4	Основные жанры лайфстайл журналистики	18	4	4			10
1.5	Трэвел-журналистика	14	2	2			10
1.6	Фуд-журналистика и ресторанная критика	14	2	2			10
1.7	Спецпроекты и нативная реклама в лайфстайл изданиях	16	2	2			12
	Итого	**108**	**18**	**18**			**72**

3.2.2 Очно-заочная форма обучения

№ п/п	Разделы/темы дисциплины	Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.1	История становления журналистики стиля жизни	18	2	2			14
1.2	Современной состояние отрасли	16		2			14
1.3	Особенности языка современных лайфстайл медиа	18	2	2			14
1.4	Основные жанры лайфстайл журналистики	16		2			14
1.5	Трэвел-журналистика	14		2			12
1.6	Фуд-журналистика и ресторанная критика	14		2			12
1.7	Спецпроекты и нативная реклама в лайфстайл изданиях	12		2			10
	Итого	**108**	**4**	**14**			

3.2 Содержание дисциплины

Тема 1. История становления журналистики стиля жизни

Медленная мода. Манифест медленных медиа. Медленные СМИ. Журналистика моды. Цели и задачи журналистики стиля жизни. Мировой опыт. Опыт СССР. Опыт России. Популяризация лайфстайл-журналистики в XXI веке.

Тема 2. Современной состояние отрасли

Коммуникативные и контент-стратегии современных медиа. Экспертность – важная черта контента. Понятие повседневности. Ключевые игроки рынка лайфстайл медиа. Влияние пандемии, СВО и санкций на отечественную журналистику.

Тема 3. Особенности языка современных лайфстайл медиа

Лексические особенности. Грамматические особенности. Стилистические особенности. Экстралингвистические особенности.

Тема 4. Основные жанры лайфстайл журналистики

Статья-подборка. Статья-инструкция. Вечнозеленый контент. Лонгрид. Интервью. Обзор. Репортаж.

Тема 5. Трэвел-журналистика

История возникновения. Ключевые жанры. Влияние пандемии и санкций на тревел-журналистику. Отличие журналистских тревел-текстов от тревел-блогов.

Тема 6. Фуд-журналистика и ресторанная критика

Фуд-журналистика, кулинарная журналистика – история вопроса. Расцвет фуд-журналистики. Этические проблемы ресторанной журналистики. Особенности гастрономического текста.

Тема 7. Спецпроекты и нативная реклама в лайфстайл изданиях

Специфика работы глянцевого медиа. Работа с рекламой. Особенности организации съемок для медиа. Работа с авторами. Планирование работы. Взаимосвязь специальных мероприятий и тематик медиа. Специализированные медиа холдинги. Анализ активов. Перспективы развития.

3.3 Тематика семинарских занятий

3.3.1 Семинарские/практические занятия

Тема 1. История становления журналистики стиля жизни

Подготовка докладов.

Тема 2. Современной состояние отрасли

Изучение современного медиаландшафта. Разработка собственной концепции лайфстайл-медиа.

Тема 3. Особенности языка современных лайфстайл медиа

Работа с текстами.

Тема 4. Основные жанры лайфстайл журналистики
Работа с текстами.

Тема 5. Трэвел-журналистика
Работа с текстами.

Тема 6. Фуд-журналистика и ресторанная критика
Работа с текстами.

Тема 7. Спецпроекты и нативная реклама в лайфстайл изданиях
Изучение форматов спецпроектов. Разработка собственных проектов.

3.4 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4 Учебно-методическое и информационное обеспечение

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 26.12.2024) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 01.04.2025)
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 (ред. от 23.11.2024) "О средствах массовой информации"

4.2 Основная литература

1. Баранова, Е. А. Медиаменеджмент. Теория и практика : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 132 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18302-3. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/568752 (дата обращения: 29.05.2025).

2. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учебник для вузов / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 477 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18763-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569009 (дата обращения: 29.05.2025).

4.3 Дополнительная литература

1. Баранова, Е. А. Современная журналистика. Коммерческий аспект : учебник для вузов / Е. А. Баранова. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 127 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-20636-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/569300 (дата обращения: 29.05.2025).

2. Дзялошинский, И. М. Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования : учебник для вузов / И. М. Дзялошинский, М. А. Пильгун. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 345 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11621-2. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565960 (дата обращения: 29.05.2025).

3. Чевозерова, Г. В. Основы теории журналистики : учебник и практикум для вузов / Г. В. Чевозерова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2025. — 329 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-09763-4. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: https://urait.ru/bcode/565419 (дата обращения: 29.05.2025).

4.4 Электронные образовательные ресурсы

В разработке

4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение

1. Microsoft Windows 10 Pro
2. Microsoft Office 2007
3. KasperskyAnti-Virus

4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы

1. Образовательная платформа Юрайт. Для вузов и ссузов. https://urait.ru/?
2. Brand Analytics - система мониторинга и анализа социальных медиа и СМИ https://br-analytics.ru/
3. База данных Ассоциации директоров по коммуникациям и корпоративным медиа России – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.corpmedia.ru/
4. База данных Ассоциации коммуникационных агентств России (АКАР) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.akarussia.ru/node/5025
5. База данных Интернет-сообщества профессиональных менеджеров [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.e-xecutive.ru
6. База данных национальной платформы открытого образования [Электронный ресурс]. URL: https://openedu.ru/course/
7. База данных Российской Ассоциации маркетинговых услуг (РАМУ) - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.ramu.ru/ramu-program.php
8. Информационно-справочные материалы Международного пресс-клуба. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.pr-club.com/
9. Scopus - База данных научных рефератов и цитирования – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.elsevierscience.ru/products/scopus/ 1
10. Survio интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.survio.com/ru/
11. Testograf, интернет-сервис для создания и проведения опросов - [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://www.testograf.ru/ru/

12. PSYCHOJOURNAL.RU — научно-популярный психологический портал https://psychojournal.ru/
13. Коммуникология: электронный научный журнал;http://online.communicology.us/

5 Материально-техническое обеспечение

1. Лекционная аудитория, аудитория для групповых и индивидуальных консультаций.
2. Аудитория для проведения практических и семинарских занятий, текущего контроля и промежуточной аттестации.
3. Актовый зал. Аудитория для лиц с ОВЗ.
4. Компьютерный класс, аудитория для самостоятельной работы и курсового проектирования. Библиотека, читальный зал.

6 Методические рекомендации

6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения

Данный раздел настоящей рабочей программы предназначен для начинающих преподавателей и специалистов-практиков, не имеющих опыта преподавательской работы.

Дисциплина «Лайфстайл медиа» является дисциплиной обязательной базовой части Блока 1. «Дисциплины (Модули)» учебного плана и обеспечивает формирования компетентности в тесной связи с важнейшими дисциплинами базовой и вариативной частей учебного плана.

В условиях конструирования образовательных систем на принципах компетентностного подхода произошло концептуальное изменение роли преподавателя, который наряду с традиционной ролью носителя знания выполняет функцию организатора научно-поисковой работы обучающегося, консультанта в процедурах выбора, обработки и интерпретации информации, необходимой для практического действия и дальнейшего развития, что должно обязательно учитываться при проведении лекционных и практических занятий по дисциплине «Лайфстайл медиа».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Лайфстайл медиа» осуществляется по последовательно-параллельной схеме на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках образовательной программы и рабочего учебного плана по направлению 42.04.01 «Продюсирование в креативных индустриях».

Структура, разделы и последовательность проведения лекционных занятий и практических занятий по дисциплине, а также их трудоёмкость представлена п. 4.1.1.-4.1.3. данной рабочей программы. Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий для практических занятий по дисциплине «Лайфстайл медиа». Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Лайфстайл медиа» рассматривается в п.4.2. рабочей программы. Тематика практических занятий представлена в п.4.3. данной рабочей программы.

Методика определения итогового семестрового рейтинга обучающегося по дисциплине «Лайфстайл медиа» представлена в п.6 рабочей программы.

Примерные варианты заданий для промежуточного/ итогового контроля и перечень вопросов к зачету по дисциплине «Лайфстайл медиа» представлены в п.8.3.3. и 8.3.4. к рабочей программе.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Лайфстайл медиа», приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Методические указания по освоению дисциплины.

Лекционные занятия

Лекционные занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы. Посещение лекционных занятий является обязательным. Пропуск лекционных занятий компенсируется домашней работой, содержание которой отражает причины пропуска лексикой пропущенного занятия.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к текущим и промежуточным формам аттестации по дисциплине «Лайфстайл медиа» является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающегося в течение, необходимой для качественной подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине.

В ходе лекций обучающимся рекомендуется:

- вести конспектирование учебного материала любым способом записи, доступным обучаемому: пишущим инструментом на листе бумаги, клавиатурой на устройстве записи, запись на экране устройства. Базовое условия конспектирования – читаемость записи;
- обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации по их применению;
- задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью правильного понимания содержания учебной дисциплины, разрешения дискуссионных вопросов.

Желательно оставить в рабочих конспектах поля, на которых во внеаудиторное время можно сделать пометки из рекомендованной литературы, дополняющие материал прослушанной лекции, отражающие важность тех или иных теоретических положений.

Для успешного овладения курсом необходимо посещать все лекции, поскольку этим обеспечивается полнота понимания и усвоения учебного материала.

Проведение практических занятий по дисциплине «Лайфстайл медиа» осуществляется в следующих формах:

- опрос по материалам, рассмотренным на лекциях и изученным самостоятельно по рекомендованной литературе;
- анализ и обсуждение практических ситуаций по темам.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным.

Подготовка к практическим занятиям обязательно включает в себя изучение конспектов лекционного материала и рекомендованной литературы для адекватного понимания условия и способа решения заданий, запланированных преподавателем на конкретное практическое занятие.

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Изучение основной и дополнительной литературы по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными в п.7.2. рабочей программы рекомендациями для подготовки к промежуточной аттестации по дисциплине «Лайфстайл медиа». Список основной и дополнительной литературы по дисциплине приведен в п.5 настоящей рабочей программы.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация по дисциплине «Лайфстайл медиа» проходит в форме зачета. Примерный перечень вопросов к зачету по дисциплине «Лайфстайл медиа» и критерии оценки ответа обучающегося на зачете для целей оценки достижения заявленных индикаторов сформированности компетенции приведены в составе ФОС по дисциплине в п.8 настоящей рабочей программы.

Обучающийся допускается к промежуточной аттестации по дисциплине независимо от результатов текущего контроля.

По дисциплине «Лайфстайл медиа» возможно выставление зачета по текущим оценкам. Основные критерии выставления для этого – это наличие текущих оценок следующих элементов курса: посещение лекционных и практических занятий; выполненные домашние работы; оценка результата решения тестовых заданий каждой темы и\или итогового теста по всем темам дисциплины «Лайфстайл медиа».

7 Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

Текущим контролем в ходе освоения дисциплины обучающимися является: оценивание подготовки и выполнения заданий к практическим/семинарским занятиям, которые оцениваются преподавателем; выполнение тестов, по изучению каждой из тем курса, а также итогового теста, которым завершается изучение дисциплины в семестре. Также методами контроля и оценивания результатов является устный опрос и подготовка и выступление с докладами и презентацией. Промежуточная аттестация по дисциплине «Лайфстайл медиа» в 3 семестре – зачет Вопросы к зачету представлены в п.7.3.2 данной рабочей программы. Билет содержит два вопроса. Шкалы и критерии оценивания результатов обучения представлены в п.7.2.

Код и наименование компетенций	**Индикаторы достижения компетенции**	**Форма контроля**	**Этапы формирования (разделы дисциплины)**
УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	ИУК-4.1. Устанавливает и развивает профессиональные контакты, осуществляет академическое и профессиональное взаимодействие с применением современных коммуникативных технологий, в том числе на иностранном языке ИУК-4.2. Составляет и редактирует документацию с целью обеспечения академического и профессионального взаимодействия, в том числе на иностранном языке ИУК-4.3. Демонстрирует коммуникативную компетентность в условиях научно-исследовательской и проектной деятельности и презентации ее результатов на различных публичных	Промежуточный контроль: экзамен. Текущий контроль: опрос на практических занятиях; оценка домашних работ и тестирование по каждой теме.	Темы 1-8

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
	мероприятиях, включая международные, в том числе на иностранном языке		
УК-5 Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	ИУК-5.1. Анализирует важнейшие идеологические и ценностные системы, сформировавшиеся в ходе исторического развития, и обосновывает актуальность их использования при социальном и профессиональном взаимодействии ИУК-5.2. Выстраивает социальное и профессиональное взаимодействие с учетом общих и специфических черт различных культур и религий, особенностей основных форм научного и религиозного сознания, деловой и общей культуры представителей других наций и конфессий, различных социальных групп ИУК-5.3. Обеспечивает создание недискриминационной среды взаимодействия при выполнении профессиональных задач, демонстрируя понимание особенностей различных культур и наций	Промежуточный контроль: экзамен. Текущий контроль: опрос на практических занятиях; оценка домашних работ и тестирование по каждой теме.	Темы 1-8
ПК-3 Способен осуществлять проектно-аналитическую деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ИПК-3.1. Выбирает и эффективно использует типовые алгоритмы проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью	Промежуточный контроль: экзамен. Текущий контроль: опрос на практических занятиях; оценка домашних работ и тестирование по каждой теме.	Темы 1-8

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

7.2.1 Критерии оценки ответа на зачете

(формирование компетенции УК-4, УК-5, ПК-3 индикаторы ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-5.1, ИУК-5.2, ИУК-5.3, ИПК-3.1).

ЗАЧТЕНО: обучающийся демонстрирует системные теоретические знания, владеет

терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

- знает закономерности, основные этапы и модели развития лайфстайл медиа;
- знает закономерности, принципы, этапы и технологии управления лайфстайл медиа;
- владеет методами выявления закономерностей, этапов и моделей проектирования лайфстайл медиа;
- владеет навыками написания лайфстайл текстов.

НЕ ЗАЧТЕНО: обучающийся не демонстрирует системные теоретические знания, не владеет терминами, не делает аргументированные выводы и обобщения, не приводит примеры, не показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

- не знает закономерности, основные этапы и модели развития лайфстайл медиа;
- не знает закономерности, принципы, этапы и технологии управления лайфстайл медиа;
- не владеет методами выявления закономерностей, этапов и моделей проектирования лайфстайл медиа;
- не владеет навыками написания лайфстайл текстов.

7.2.2 Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

(формирование компетенции УК-4, УК-5, ПК-3 индикаторы ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-5.1, ИУК-5.2, ИУК-5.3, ИПК-3.1).

«5» (отлично): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся четко и без ошибок ответил на все контрольные вопросы, активно работал на практических занятиях.

«4» (хорошо): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями, обучающийся с корректирующими замечаниями преподавателя ответил на все контрольные вопросы, достаточно активно работал на практических занятиях.

«3» (удовлетворительно): выполнены все практические задания, предусмотренные практическими занятиями с замечаниями преподавателя; обучающийся ответил на все контрольные вопросы с замечаниями.

«2» (неудовлетворительно): обучающийся не выполнил или выполнил неправильно практические задания, предусмотренные практическими занятиями; студент ответил на контрольные вопросы с ошибками или не ответил на контрольные вопросы.

7.2.3 Критерии оценки реферата

Реферат по дисциплине «Лайфстайл медиа» не предусмотрен.

7.2.4. Критерии оценки тестирования

(формирование компетенции УК-4, УК-5, ПК-3 индикаторы ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-5.1, ИУК-5.2, ИУК-5.3, ИПК-3.1).

Тестирование оценивается в соответствии с процентом правильных ответов, данных студентом на вопросы теста.

Шкала соответствия результатов решения тестовых заданий балльной оценке основана на проценте правильных ответов:

- «отлично» – более 85%;
- «хорошо» – более 70%;
- «удовлетворительно» – более 50%;
- «неудовлетворительно» – менее 50%.

«5» (отлично): тестируемый демонстрирует системные теоретические знания, владеет терминами и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«4» (хорошо): тестируемый в целом демонстрирует системные теоретические знания, владеет большинством терминов и обладает способностью быстро реагировать на вопросы теста.

«3» (удовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, он владеет некоторыми терминами и на вопросы теста реагирует достаточно медленно.

«2» (неудовлетворительно): системные теоретические знания у тестируемого отсутствуют, не владеет терминологией, на вопросы теста реагирует медленно.

7.2.5. Итоговое соответствие балльной шкалы оценок и уровней сформированности компетенций по дисциплине:

Уровень сформированности компетенции	**Оценка**	**Пояснение**
Высокий	«5» (отлично)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены на высоком уровне; компетенции сформированы
Средний	«4» (хорошо)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены полностью; все предусмотренные программой обучения учебные задания выполнены с незначительными замечаниями; компетенции в целом сформированы
Удовлетворительный	«3» (удовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине освоены частично, но пробелы не носят существенного характера; большинство предусмотренных программой обучения учебных задач выполнено, но в них имеются ошибки; компетенции сформированы частично
Неудовлетворительный	«2» (неудовлетворительно)	теоретическое содержание и практические навыки по дисциплине не освоены; большинство предусмотренных программой обучения учебных заданий либо не выполнено, либо содержит грубые ошибки; дополнительная самостоятельная работа над материалом не приводит к какому-либо значимому повышению качества выполнения учебных заданий; компетенции не сформированы

7.3 Оценочные средства

7.3.1 Текущий контроль (работа на практическом занятии)

Темы:
Тема 1. История становления журналистики стиля жизни
Подготовка докладов.

Тема 2. Современной состояние отрасли
Изучение современного медиаландшафта. Разработка собственной концепции лайфстайл-медиа.

Тема 3. Особенности языка современных лайфстайл медиа
Работа с текстами.

Тема 4. Основные жанры лайфстайл журналистики
Работа с текстами.

Тема 5. Трэвел-журналистика
Работа с текстами.

Тема 6. Фуд-журналистика и ресторанная критика
Работа с текстами.

Тема 7. Спецпроекты и нативная реклама в лайфстайл изданиях
Изучение форматов спецпроетов. Разработка собственных.

7.3.2 Текущий контроль (тестирование)
(формирование компетенции УК-4, УК-5, ПК-3 индикаторы ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-5.1, ИУК-5.2, ИУК-5.3, ИПК-3.1).
Проводится на последнем занятии. Примерные вопросы:

1) Манифест медленных медиа был подписан
А) в 1990
Б) в 2000
В) в 2010

2) Сколько принципов в манифесте медленных медиа
А) 8
Б) 14
В) 20

3) Что из перечисленного появилось в газетах и журналах благодаря новым технологиям печати в 50-60 гг. прошлого века?
А) легкие новости
Б) лонгриды
В) фотографии

4) Что из перечисленного не является принципом лайфстайл журналистики:
А) решение проблем читателя
Б) трансляция стиля жизни
В) информирование о последних новостях

5) Лайфстайл журналистика и фэшн журналистика
А) одно и то же

Б) различаются в целевых аудиториях
В) совпадают в тематике

7.3.3. Промежуточный контроль

(формирование компетенции УК-4, УК-5, ПК-3 индикаторы ИУК-4.1, ИУК-4.2, ИУК-5.1, ИУК-5.2, ИУК-5.3, ИПК-3.1).

Примерные вопросы к зачету:

1. Понятие «гендерная журналистика», «глянцевая журналистика»
2. Мода как социокультурное явление.
3. Цели и задачи модной журналистики.
4. Цели и задачи женской журналистики.
5. Цели и задачи мужской журналистики.
6. Функции спортивной журналистики.
7. Специфика журналистики р стили жизни и глянцевой журналистики.
8. Проблемы глянцевых медиа.
9. Тематические тренды современной журналистики.
10. Требования к журналисту СМИ.
11. Мода как индустрия. Взаимодействия с медиа
12. Социальные аспекты гендерных медиа.
13. Стереотипы в гендерных медиа.
14. Жанровое разнообразие гендерных медиа.
15. Жанровое разнообразие глянцевых медиа
16. Организация работы глянцевого медиа.
17. Технологии создании контента.
18. Современные медиаходлинги.
19. Особенности языка глянцевой журналистики.
20. Глянцевая журналистики и интернет
21. Влияние пользовательского контента на сферу журналистики о моде
22. Взаимодействие с блогерами при подготовке материалов
23. Манифест медленных медиа и медленная журналистика
24. Цели и задачи журналистики стиля жизни
25. Коммуникативные и контент-стратегии современных медиа.
26. Влияние пандемии, СВО и санкций на отечественную журналистику.
27. Как написать подборку. Как придать подборке актуальность.
28. Лайфстайл-инструкция. Структура статьи. Отличие от подборки.
29. Другие популярные форматы: гид, чек-лист, обзор. Особенности написания.
30. Лексические особенности лайфстайл-текстов. Заимствования. Виды. Примеры.
31. Лексические особенности лайфстайл-текстов. Эмоционально-окрашенная лексика. Функции. Примеры.
32. Лексические особенности лайфстайл-текстов. Однородные члены. Функции. Примеры.
33. Лексические особенности лайфстайл-текстов. Риторические вопросы, восклицания, обращения. Функции. Особенности употребления. Примеры.
34. Лексические особенности лайфстайл-текстов. Устойчивые сочетания. Виды. Функции. Примеры.
35. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Метафора. Метонимия. Функции. Примеры.

36. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Гипербола (Литота). Функции. Примеры.
37. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Перифраз. Сравнение. Олицетворение. Функции. Примеры.
38. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Метафора. Метонимия. Функции. Примеры.
39. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Оксюморон. Эпитеты. Функции. Примеры.
40. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Трансформация устойчивого сочетания. Интертекстуальность. Функции. Примеры.
41. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Аллитерация. Ассонанс. Функции. Примеры.
42. Стилистические особенности лайфстайл-текстов. Параллелизм. Парцелляция. Функции. Примеры.
43. Особенности фэшн-журналистики.
44. Особенности трэвел-журналистики.
45. Гастрономическая и винная критика.