Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Максимов Алексей Борисович
Должность: директор департамента по образовательной политике
Дата подписания: 12.09.2026 16:33:53
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/
«26» февраля 2026

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

«Методы и техники создания медиаконтента»

Направление подготовки
42.04.01 «Реклама и связи с общественностью»

Профиль подготовки **«Технологии анализа медиасферы»**

Квалификация (степень) выпускника
Магистр

Форма обучения
Заочная

Москва 2026 г.

Разработчик(и):

Должность, степень, звание — /О. Е. Горлова/
Старший преподаватель

Согласовано:

Заведующий кафедрой «Реклама и связи с общественностью в медиаиндустрии»,
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 ... 4
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) ... 8
4. Учебно-методическое и информационное обеспечение ... 8
4.1 Нормативные документы и ГОСТы ... 9
4.2 Основная литература ... 9
4.3 Дополнительная литература ... 9
4.4 Электронные образовательные ресурсы ... 9
4.5 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение ... 9
4.6 Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы ... 10
5. Материально-техническое обеспечение ... 10
6. Методические рекомендации ... 10
6.1 Методические рекомендации для преподавателя по организации обучения ... 10
6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины ... 11
7. Фонд оценочных средств ... 13
7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения ... 13
7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения ... 14
7.3 Оценочные средства ... 21

1. Цели, задачи и планируемые результаты обучения по дисциплине

Цель изучения дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента» – освоение обучающимися магистратуры теоретических знаний, практических навыков и формирование профессиональных компетенций применительно к научно – исследовательской деятельности в профессиональной сфере.

Задачи дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента»

- изучение развития медиабизнеса;
- изучение и оценка существующего и создаваемого медиаконтента:
- знакомство с основными типами медиаконтента; осмысление влияния конвергенции на медийный бизнес;
- анализ современной медиасистемы;
- знакомство с тенденциями развития медиаиндустрии;
- изучение языкового и жанрово-стилистического своеобразия информационного медиаконтента.

Обучение по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» направлено на формирование у обучающихся следующих компетенций:

Код и наименование компетенций	Индикаторы достижения компетенции
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.2. Разрабатывает план реализации проекта в соответствии с существующими условиями, необходимыми ресурсами, возможными рисками и распределением зон ответственности участников проекта ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Методы и техники создания медиаконтента» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана образовательной программы магистратуры.

Основные положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих дисциплин (практик):

- Научно-исследовательская работа
- «Преддипломная практика»;
- «Государственная итоговая аттестация».

Знания, полученные в результате изучения данного курса, могут быть использованы также для написания и защиты магистерской, кандидатской и докторской диссертаций. Основные

положения дисциплины должны быть использованы в дальнейшем при изучении следующих за ней дисциплин.

3. Структура и содержание дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 9 зачетных единиц (324 часа).

3.1 Виды учебной работы и трудоемкость

(по формам обучения)

3.1.1. Очная форма обучения

Не предусмотрена

3.1.2. Очно-заочная форма обучения

Не предусмотрена

3.1.3. Заочная форма обучения

Вид учебной работы	Всего часов	Семестры		
		1	2	3
Аудиторные занятия (всего)	52	16	16	20
В том числе:	-		-	-
Лекции	8	4	4	
Практические занятия (ПЗ)	-		-	-
Семинары (С)	44	12	12	20
Лабораторные работы (ЛР)	-		-	-
Самостоятельная работа (всего)	272	56	92	124
В том числе:	-		-	-
Курсовой проект (работа)	-		-	-
Расчетно-графические работы	-		-	-
Реферат				-
Подготовка к практическим занятиям	212	36	72	104
Тестирование	60	20	20	20
Вид промежуточной аттестации		зачет	зачет	экзамен
Общая трудоемкость час / зач. ед.	324/9	72/2	108/3	144/4

3.2 Тематический план изучения дисциплины

(по формам обучения)

3.2.1. Очная форма обучения

Не предусмотрена

3.2.2. Очно-заочная форма обучения

Не предусмотрена

3.2.2. Заочная форма обучения

№ п/п		Трудоемкость, час					
		Всего	Аудиторная работа				Самостоятельная работа
			Лекции	Семинарские/ практические занятия	Лабораторные занятия	Практическая подготовка	
1.	Тема 1. Объектно-предметная область тенденции развития медиаиндустрии.	35	0,5	4			30,5
2.	Тема 2. Информация и проблемы ее функционирования в медиапространстве во втором десятилетии XXI века	36	0,5	5			30,5
3.	Тема 3. Воздействие информационных технологий на язык и стиль виртуальной коммуникации	37	1	5			31
4.	Тема 4. Языковое и жанрово-стилистическое своеобразие информационного медиаконтента	36	1	5			30
5.	Тема 5.Информационный медиаконтент нового поколения в Интернете	36	1	5			30
6.	Тема 6. Тенденции медиапотребления и повседневных практик медиааудитории	36	1	5			30
7.	Тема 7. Сайт как основная смысловая и функциональная единица сетевого информационного медиаконтента	36	1	5			30
8.	Тема 8. Методы и техники создания медиаконтента	36	1	5			30
9.	Тема 9. Тенденции размещения контента	36	1	5			30
Итого		**324**	**8**	**44**			**272**

3.3 Содержание дисциплины

Тема 1. Объектно-предметная область тенденции развития медиаиндустрии.

Определения и понятие тенденции развития мировой медиаиндустрии. Составные элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии.

Тема 2. Информация и проблемы ее функционирования в медиапространстве во втором десятилетии XXI века

Обилие и разнообразие информации, а также новые компьютеризированные возможности ее обработки и предоставления определяют потребность в высоком качестве контента, особенно если речь идет о медиаконтенте, то есть об информации, предоставляемой средствами массовой информации.

Тема 3. Воздействие информационных технологий на язык и стиль виртуальной коммуникации.

Виртуальная коммуникация осуществляется в особых условиях компьютерно-сетевого взаимодействия человека и компьютера. В настоящее время данное взаимодействие стабилизировалось: аудитория практически уже выработала определенный набор приспособлений, позволяющих приблизить онлайн-общение к естественным условиям

Тема 4. Языковое и жанрово-стилистическое своеобразие информационного медиаконтента.

Процесс познания в виртуальном медиаконтенте реализуется не только через вербальную систему языка, но и через визуально-пространственные образы. Это определяет сложность системы кодирования виртуального информационного сообщения, в которую включаются и языковой, и визуальный коды, которые одновременно тесно переплетаются

Тема 5. Информационный медиаконтент нового поколения в Интернете.

Именно в среде социальных сервисов развивается сетевой информационный медиаконтент нового поколения, обладающий высокой коммуникационной активностью. Эти ресурсы облегчают поиск целевой аудитории благодаря обозначенным пользователями интересам. Существуют группы и сообщества, в которых люди ищут возможности работы, бизнеса, саморазвития и пр. Создатели гипертекста уже точно знают, какой медиаконтент им разрабатывать под ту или иную социальную группу.

Тема 6. Тенденции медиапотребления и повседневных практик медиааудитории.

Сервисный детерминизм медиа и медиапотребление аудитории.

Тема 7. Сайт как основная смысловая и функциональная единица сетевого информационного медиаконтента.

Основной структурно-содержательной единицей организации интернет- пространства является сайт, платформа для размещения гипертекстов, объединенных общей темой и задачами, вне которого веб-публикации не существуют.

Грамотно построенный сайт – это сложная конструкция, пронизанная многочисленными внутренними и внешними связями с четкой и жесткой логикой.

Тема 8. Методы и техники создания медиаконтента.

Традиционные и новые методы и техники производства контента. Бесконечность предложения медиапродукта – кризис его потребления. Технологизация и персонализация производства медиапродукта.

Тема 9. Тенденции размещения контента.

Автоматизация и программирование размещения контента. Централизация размещения контента. Автоматизация, интеллектуализация, нейротизация размещения информации в медиа.

3.4 Тематика семинарских/практических и лабораторных занятий

Тема 10. Объектно-предметная область тенденции развития медиаиндустрии.

Определения и понятие тенденции развития мировой медиаиндустрии. Составные элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии.

Тема 11. Информация и проблемы ее функционирования в медиапространстве во втором десятилетии XXI века

Обилие и разнообразие информации, а также новые компьютеризированные возможности ее обработки и предоставления определяют потребность в высоком качестве контента, особенно если речь идет о медиаконтенте, то есть об информации, предоставляемой средствами массовой

информации.

Тема 12. Воздействие информационных технологий на язык и стиль виртуальной коммуникации.

Виртуальная коммуникация осуществляется в особых условиях компьютерно-сетевого взаимодействия человека и компьютера. В настоящее время данное взаимодействие стабилизировалось: аудитория практически уже выработала определенный набор приспособлений, позволяющих приблизить онлайн-общение к естественным условиям

Тема 13. Языковое и жанрово-стилистическое своеобразие информационного медиаконтента.

Процесс познания в виртуальном медиаконтенте реализуется не только через вербальную систему языка, но и через визуально-пространственные образы. Это определяет сложность системы кодирования виртуального информационного сообщения, в которую включаются и языковой, и визуальный коды, которые одновременно тесно переплетаются

Тема 14. Информационный медиаконтент нового поколения в Интернете.

Именно в среде социальных сервисов развивается сетевой информационный медиаконтент нового поколения, обладающий высокой коммуникационной активностью. Эти ресурсы облегчают поиск целевой аудитории благодаря обозначенным пользователями интересам. Существуют группы и сообщества, в которых люди ищут возможности работы, бизнеса, саморазвития и пр. Создатели гипертекста уже точно знают, какой медиаконтент им разрабатывать под ту или иную социальную группу.

Тема 15. Тенденции медиапотребления и повседневных практик медиааудитории.

Сервисный детерминизм медиа и медиапотребление аудитории.

Тема 16. Сайт как основная смысловая и функциональная единица сетевого информационного медиаконтента.

Основной структурно-содержательной единицей организации интернет- пространства является сайт, платформа для размещения гипертекстов, объединенных общей темой и задачами, вне которого веб-публикации не существуют.

Грамотно построенный сайт – это сложная конструкция, пронизанная многочисленными внутренними и внешними связями с четкой и жесткой логикой.

Тема 17. Методы и техники создания медиаконтента.

Традиционные и новые методы и техники производства контента. Бесконечность предложения медиапродукта – кризис его потребления. Технологизация и персонализация производства медиапродукта.

Тема 18. Тенденции размещения контента.

Автоматизация и программирование размещения контента. Централизация размещения контента. Автоматизация, интеллектуализация, нейротизация размещения информации в медиа.

3.5 Тематика курсовых проектов (курсовых работ)

Не предусмотрены

4. Учебно-методическое и информационное обеспечение

Разработанный и представленный в электронном виде учебный и научно-исследовательский материал, комплекс заданий (задач) для самостоятельной работы, решение и презентация результатов которых предполагает использование компьютерных средств.

4.1 Нормативные документы и ГОСТы

1. Федеральный закон "О рекламе" от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция) // КонсультантПлюс Текст : электронный // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_58968/(дата обращения: 01.08. 2023).
2. Закон РФ "О средствах массовой информации" (СМИ) от 27.12.1991 N 2124-1 (последняя редакция)// КонсультантПлюс Текст : электронный // URL: https://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/(дата обращения: 01.08. 2023).

4.2 Основная литература

1) Шпаковский, В.О. PR-дизайн и PR-продвижение / В.О. Шпаковский, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 453 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884 (дата обращения: 15.08.2019). – Библиогр. В кн. – ISBN 978-5-9729-0217-0. – Текст : электронный.
2) Шпаковский, В.О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама / В.О. Шпаковский, Н.В. Розенберг, Е.С. Егорова. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр. В кн. – ISBN 978-5-9729-0202-6. – Текст : электронный.

4.3 Дополнительная литература

3) Шарков, Ф.И. Интегрированные коммуникации: реклама, паблик рилейшнз, брендинг / Ф.И. Шарков. – Москва : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2016. – 324 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=453044 (дата обращения: 14.08.2019). – Библиогр. В кн. – ISBN 978-5-394-00792-7. – Текст : электронный.
4) Алашкин, П. Все о рекламе и продвижении в Интернете / П. Алашкин ; ред. П. Суворова. – Москва : Альпина Бизнес Букс, 2016. – 220 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=229721 (дата обращения: 14.08.2019). – ISBN 978-5-9614-1055-6. – Текст : электронный.
5) SEO-копирайтинг 2.0: как писать тексты в эру семантического поиска / И.С. Шамина, А.С. Ушакова, Е.А. Ткаченко и др. ; под общ. Ред. И.С. Шаминой. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2018. – 261 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493859 (дата обращения: 15.08.2019). – ISBN 978-5-9729-0210-1. – Текст : электронный.

4.4 Электронные образовательные ресурсы

https://online.mospolytech.ru/course/view.php?id=2967

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

Компьютерные информационно-правовые системы «Консультант» http://www.consultant.ru, «Гарант» http://www.garant.ru
2. Официальный интернет-портал правовой информации http://pravo.gov.ru.
3. Российская национальная библиотека http://www.nlr.ru
4. Философский портал http://www.philosophy.ru
5. Электронная библиотека по философии http://filosof.historic.ru
6. ЭБС «Университетская библиотека онлайн» https://biblioclub.ru/index.php
7. Библиотека русской религиозно-философской и художественной литературы «Вехи» http://www.vehi.net
8. Электронная библиотека http://books.atheism.ru/philosophy/
9. Единое окно доступа к образовательным ресурсам Федеральный портал http://window.edu.ru
10. Научная электронная библиотека http://www.elibrary.ru
11. Российская государственная библиотека http://www.rsl.ru

5. Материально-техническое обеспечение

1 Лекционная аудитория, оснащенная мультимедийным комплексом, экраном и звуковым комплексом (учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, 2А,; ауд. 1011);

Лекционные аудитории, оснащенные экраном (учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, 2А,; ауд. 1011, 1012, 1013);

Переносной мультимедийный комплекс;

Компьютерные классы для проведения тестирования по дисциплине, подготовки курсовых работ (учебный корпус, расположенный по адресу: г. Москва, ул. Прянишникова, 2А,;).

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 «Методы и техники создания медиаконтента» является обязательной дисциплиной вариативной части учебного плана и обеспечивает завершение 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 «Методы и техники создания медиаконтента».

Преподавание теоретического (лекционного) материала по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» осуществляется по последовательно-параллельной схеме

на основе междисциплинарной интеграции и четких междисциплинарных связей в рамках ОП и рабочего учебного плана по направлению 42.04.01 «Реклама и связи с общественностью».

Проведение практических занятий ориентировано на использование заданий для практических занятий по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента».

Подробное содержание отдельных разделов дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента» рассматривается в п. 2.1 рабочей программы.

Примерные варианты заданий для промежуточного/ итогового контроля и перечень вопросов к экзамену по дисциплине представлены в Приложении 1 к рабочей программе.

Перечень основной и дополнительной литературы и нормативных документов, необходимых в ходе преподавания дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента», приведен в п. 4 настоящей рабочей программы.

6.2 Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Практические занятия проводятся в соответствии с содержанием настоящей рабочей программы и представляют собой изложение теоретических основ аудита, изложение и анализ современного состояния нормативно-законодательной базы в области внешнего независимого аудита в РФ.

Регулярное повторение материала конспектов лекций по каждому разделу в рамках подготовки к промежуточным и итоговым формам аттестации по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» является одним из важнейших видов самостоятельной работы студента в течение, необходимой для качественной подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине.

В ходе практических занятий обучающимся рекомендуется:

- вести конспектирование учебного материала. Допускается конспектирование установочного материала письменным и компьютерным способом.
- 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 теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

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

Для успешного овладения курсом необходимо посещать все лекции, так как тематический материал взаимосвязан между собой.

Практическое занятие – это активная форма учебного процесса в вузе. При подготовке к практическим занятиям обучающемуся необходимо изучить основную литературу, ознакомиться с дополнительной литературой, учесть рекомендации преподавателя. Практические задания выполняются обучающимися в аудиториях и самостоятельно. Практическое задание оценивается по критериям, представленным в Приложении 1 к рабочей программе.

Проведение практических занятий по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» осуществляется в формах, описанных в пункте 6 настоящей рабочей программы.

Посещение практических занятий и активное участие в них является обязательным. Пропуск практических занятий без уважительных причин и согласования с руководством Института коммуникаций и медиабизнеса в объеме более 50% от общего количества предусмотренных учебным планом на семестр занятий даже при условии отличной работы на оставшихся занятиях влечет за собой невозможность аттестации по дисциплине по итогам семестра.

Работа на практических занятиях предусматривает обязательное наличие у обучающихся заданий для практических занятий по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента».

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

Методические указания по выполнению различных форм внеаудиторной самостоятельной работы

Важной частью самостоятельной работы является чтение учебной и научной литературы. Основная функция учебников – ориентировать обучающегося в системе знаний, умений и навыков, которые должны быть усвоены по дисциплине тенденции развития мировой медиаиндустрии будущими выпускниками.

Список основной и дополнительной литературы и обязательных к изучению нормативно-правовых документов по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» приведен в п. 4 настоящей рабочей программы. Следует отдавать предпочтение изучению нормативных документов по соответствующим разделам дисциплины «Методы и техники создания медиаконтента» по сравнению с их адаптированной интерпретацией в учебной литературе.

Изучение основной и дополнительной литературы, а также нормативно-правовых документов по дисциплине проводится на регулярной основе в разрезе каждого раздела в соответствии с приведенными рекомендациями для подготовки к промежуточной и итоговой аттестации по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента».

Регулярное повторение материала конспектов практических занятий по каждому разделу в рамках подготовки к текущим и итоговым формам контроля по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» является одним из важнейших видов самостоятельной работы обучающегося в течение семестра*)*, необходимой для качественной подготовки к итоговой аттестации по дисциплине.

Возможной*,* по выбору обучающегося, формой СРС по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» является подготовка научного доклада и выступление на научной конференции обучающихся, что позволяет увеличить итоговый семестровый рейтинг студента без применения каких-либо коэффициентов. Тема доклада согласовывается с преподавателем, проводящим лекционные занятия по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента», и затрагивает актуальные вопросы теории и практики независимого аудита.

Требования к выполнению реферата. В целях приобретения обучающимся необходимой профессиональной подготовки, развития навыков самостоятельного научного поиска в учебном процессе института практикуется написание рефератов, в том числе и по курсу «Методы и техники создания медиаконтента».

Реферат (от лат. «докладывать», «сообщать») представляет собой доклад на определенную тему, включающий обзор соответствующих научных и нормативных источников или изложение сути монографии, статьи, одним словом, первичного документа (или его части) с основными фактическими сведениями и выводами. Реферат представляет собой самостоятельную творческую работу, выполненную и оформленную согласно требованиям, предъявляемым к научным работам.

Рефераты пишутся по наиболее актуальным темам. Рекомендованная тематика примерна. Поэтому обучающийся при желании может предложить сам ту или иную тему, согласовав ее предварительно с преподавателем.

Содержание и оформление реферата. Прежде всего, необходимо обратить внимание на очень важную часть всякой работы – план, который должен раскрывать заявленную проблему. Единой схемы составления плана не существует. Первый элемент плана – введение, далее следует основная часть, заключение, ссылки на литературу и библиографический список. Страницы необходимо пронумеровать, реферат должен быть подписан и иметь дату завершения работы над текстом. Список используемой литературы должен быть оформлен в соответствии с требованиями ГОСТа.

Во введении необходимо обосновать актуальность проблемы, наметить пути ее анализа и решения, дать краткий аналитический обзор литературы и обосновать структуру изложения материала. Основная часть должна представлять последовательное изложение вопросов плана, каждому из вопросов должен предшествовать заголовок. Желательно, чтобы весь материал был равномерно распределен по вопросам, изложение каждого вопроса завершалось кратким выводом. Содержание каждого из разделов (параграфов) должно раскрывать его

название. В заключении необходимо сделать концептуальный вывод по всей работе, который раскрывал бы заглавную проблему. Объем реферата от 15 до 20 печатных страниц.

Ссылки на литературу и нормативные акты могут быть как подстрочными на каждой странице, так и помещаться в конце работы, после заключения с новой страницы. Существуют разные варианты оформления сносок, но необходимо, чтобы в одной и той же работе они были единообразными.

Библиографический список завершает работу. В него необходимо включить все работы и нормативно-правовые акты, с которыми знакомился автор, а не только те, которые были цитированы в тексте работы. Они должны быть сгруппированы следующим образом:

- нормативные акты;
- специальная литература (в алфавитном порядке);
- неопубликованные материалы;
- практические материалы.

Текст полностью написанной и оформленной работы подлежит тщательной проверке.

Критерии оценки реферата. Выполнение реферата оценивается по четырех балльной шкале: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

Решение о необходимости и целесообразности публичной защиты, а также о механизме ее принимается руководителем реферата. Одной из форм публичной защиты реферата может являться доклад на семинаре (по усмотрению руководителя).

Представление реферата служит условием для допуска обучающегося к экзамену по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента».

Реферат, итоговая оценка которого является неудовлетворительной, дорабатывается и представляется на кафедру повторно к концу текущего семестра, до сроков проведения зачета по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента».

Сведения о текущем контроле успеваемости обучающихся

Текущий контроль успеваемости осуществляется в течение семестра путем регулярной проверки присутствия обучающегося на практических занятиях, оценки качества и активности работы на практических занятиях при решении задач и в ходе блиц-опросов

Примерные задания для контрольных работ, а также вопросы тестирования по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» приведены в Приложении 1 к рабочей программе без указания правильных вариантов ответов или методики выполнения соответствующих заданий для стимулирования поисковой активности обучающегося.

Методические указания по подготовке к промежуточной аттестации

.Подготовка к промежуточной и итоговой аттестации предполагает изучение рекомендуемой литературы и других источников, конспектов лекций, повторение материалов практических занятий.

Промежуточная аттестация обучающихся в форме зачета проводится по результатам выполнения всех видов учебной работы, предусмотренных учебным планом по дисциплине, при этом учитываются результаты текущего контроля успеваемости в течение семестра. Оценка степени достижения обучающимися планируемых результатов обучения проводится преподавателем, ведущим занятия по дисциплине методом экспертной оценки. По итогам промежуточной аттестации по дисциплине выставляется оценка «зачтено» или «не зачтено».

К промежуточной аттестации допускаются только обучающиеся, выполнившие все виды учебной работы, предусмотренные рабочей программой по дисциплине «Методы и техники создания медиаконтента» – прошли промежуточный контроль, выполнили контрольные работы, написали реферат, сдали эссе по темам практических занятий.

7. Фонд оценочных средств

7.1 Методы контроля и оценивания результатов обучения

1. **Перечень компетенций с указанием этапов их формирования в процессе освоения**

дисциплины. Формы контроля формирования компетенций

Компетенция	Код по ФГОС	Форма контроля	Этапы формирования (разделы дисциплины)
УК-2 Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	ИУК-2.1. Разрабатывает концепцию управления проектом на всех этапах его жизненного цикла в рамках обозначенной проблемы: формулирует цель и пути достижения, задачи и способы их решения, обосновывает актуальность, значимость, ожидаемые результаты и возможные сферы их применения ИУК-2.3. Осуществляет мониторинг реализации проекта на всех этапах его жизненного цикла, вносит необходимые изменения в план реализации проекта с учетом количественных и качественных параметров достигнутых промежуточных результатов	Промежуточный контроль: зачет/экзамен Текущий контроль: задания на практических занятиях; опросы; проверочные работы, тестирование	1, 2, 3, 4, 5, 6, 8,9

7.2 Шкала и критерии оценивания результатов обучения

Показатели и критерии оценивания компетенций при изучении дисциплины, описание шкал оценивания

Критерии оценки ответа на зачете

Шкала оценивания	Описание
зачтено	Выполнены все виды учебной работы, предусмотренные учебным планом. Обучающийся демонстрирует соответствие или неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в

	таблицах показателей, оперирует приобретенными знаниями, умениями, навыками, применяет их в ситуациях повышенной сложности. Обучающийся: способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ОПК-1); способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4); способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2).
не зачтено	Не выполнено ни одного или большая часть видов учебной работы, предусмотренных учебным планом. Обучающийся не демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателей. Обучающийся: не способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем (ОПК-1); не способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты (ОПК-4); не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла (УК-2).

Критерии оценки ответа на экзамене

«5» (отлично): обучающийся демонстрирует системные теоретические знания методологических основ инноваций и инновационной деятельности, знает этапы разработки и управления инновационными проектами, умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы.

Обучающийся:

на высоком уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

на высоком уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на высоком уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла

.

«4» (хорошо): обучающийся демонстрирует прочные теоретические знания и навыки методологических основ инноваций и инновационной деятельности, знает этапы разработки и управления инновационными проектами, умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, владеет терминами, делает аргументированные выводы и обобщения, приводит примеры, показывает свободное владение монологической речью и способность быстро реагировать на уточняющие вопросы, но при этом делает несущественные ошибки, которые быстро исправляет самостоятельно или при незначительной коррекции преподавателем.

Обучающийся:

на среднем уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на среднем уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на среднем уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«3» (удовлетворительно): обучающийся демонстрирует неглубокие знания и навыки методологических основ инноваций и инновационной деятельности, не знает этапы разработки и управления инновационными проектами, слабо умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, показывает недостаточное владение терминами, с трудом делает выводы и обобщения, приводит примеры, показывает не достаточно свободное владение монологической речью и демонстрирует неспособность быстро реагировать на уточняющие вопросы, делает ошибки, которые может исправить только при коррекции преподавателем.

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на удовлетворительном уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на удовлетворительном уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«2» (неудовлетворительно): обучающийся демонстрирует полное незнание методологических основ инноваций и инновационной деятельности, не знает этапы разработки и управления инновационными проектами, слабо умеет оценивать эффективность инноваций и инновационной деятельности, не умеет делать аргументированные выводы и приводить примеры, показывает слабое владение монологической речью, не владеет терминами, проявляет отсутствие логичности и последовательности изложения, делает ошибки, которые не может исправить даже при коррекции преподавателем, отказывается отвечать на дополнительные вопросы.

Обучающийся:

не способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

не способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или)

коммуникационные продукты ;

не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

Критерии оценки работы обучающегося на практических занятиях

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

Обучающийся:

на высоком уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на высоком уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на высоком уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«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.

Обучающийся:

на среднем уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

на среднем уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты;

на среднем уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

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

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на удовлетворительном уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на удовлетворительном уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«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.

Обучающийся:

не способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

не способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях

прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла.

Критерии оценки контрольных работ обучающихся

«5» отлично: все задания контрольной работы выполнены без ошибок в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; отсутствуют орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

на высоком уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на высоком уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на высоком уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«4» хорошо: задания в контрольной работе выполнены с незначительными ошибками в течение отведенного на работу времени; работа выполнена самостоятельно, присутствуют собственные обобщения, заключения и выводы; присутствуют незначительные орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

на среднем уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

на среднем уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на среднем уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«3» удовлетворительно: отмечается множество ошибок в заданиях контрольной работы; работа сдана не в срок; сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на удовлетворительном уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на удовлетворительном уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

«2» неудовлетворительно: работа не сдана или задания в контрольной работе выполнены не полностью или неправильно; отсутствуют или сделаны неправильно выводы и обобщения; присутствуют грубые орфографические и пунктуационные ошибки.

Обучающийся:

не способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и

иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

не способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

Критерии оценки тестирования

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

Стандартная шкала соответствия результатов компьютерного тестирования выставляемой балльной оценке:

- «отлично» – выше 85% правильных ответов;
- «хорошо» – от 70,1% до 85% правильных ответов;
- «удовлетворительно» – от 55,1% до 70% правильных ответов;
- от 0 до 55% правильных ответов – «неудовлетворительно».
- Стандартный регламент тестирования включает:
- количество вопросов – 60;
- продолжительность тестирования – 60 минут;
- генерация теста из БТЗ – методом случайной выборки;
- режим контроля – жесткий (отсутствие возможности тестируемым увидеть результат ответа на вопрос теста в процессе тестирования).

Содержание шкалы оценивания результатов тестирования.

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

Обучающийся:

на высоком уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на высоком уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на высоком уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

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

Обучающийся:

на среднем уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на среднем уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на среднем уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

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

Обучающийся:

на удовлетворительном уровне способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем ;

на удовлетворительном уровне способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

на удовлетворительном уровне способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

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

Обучающийся:

не способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем;

не способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты ;

не способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла .

УК-2 - Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла				
Знать: - способы управления проектом на всех этапах его жизненного цикла;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие знаний о способах управления проектом на всех этапах его жизненного цикла;	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний о способах управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; . Допускаются частые ошибки, проявляется недостаточность знаний, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие знаний о способах управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	Обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний о способах управления проектом на всех этапах его жизненного цикла; свободно оперирует приобретенными знаниями.
Уметь: - управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла;	Обучающийся демонстрирует полное отсутствие или недостаточное соответствие умений	Обучающийся демонстрирует неполное соответствие умений	Обучающийся демонстрирует частичное соответствие умений управлять проектом на всех	Обучающийся демонстрирует полное соответствие умений управлять проектом на всех

	управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла, испытывает значительные затруднения в оперировании предлагаемыми для освоения умениями.	управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла Допускаются частые ошибки, проявляется недостаточность знаний, обучающийся испытывает значительные затруднения при оперировании знаниями и их переносе на новые ситуации.	этапах его жизненного цикла Допускаются незначительные ошибки, неточности, затруднения при аналитических операциях.	этапах его жизненного цикла свободно оперирует приобретенными знаниями.

7.3 Оценочные средства

Методические материалы (типовые контрольные задания), определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Контрольные задания, применяемые в рамках текущего и промежуточного контроля по дисциплине, носят универсальный характер и предусматривают возможность комплексной оценки всего набора компетенций, предусмотренных по дисциплине.

Текущий контроль (работа на практических занятиях)

Тематика практических заданий для текущего контроля по дисциплине изложена в п. 5 рабочей программы.

Текущий контроль (выполнение контрольной работы)

Примерные вопросы/ задания контрольной работы:

1. Перечислите основные элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии.
2. Сформулируйте неконспектное определение понятия «Методы и техники создания медиаконтента».
3. Раскройте характеристики носителя информации как источника тенденции развития мировой медиаиндустрии.
4. Перечислите и раскройте тенденции организации медиапредприятий.
5. В чем заключаются современные тенденции производства медиапродукта?

Текущий контроль (короткий опрос на занятии)

Формулировка примерных вопросов.

1. Перечислите элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии, которые отражаются на организации медиапредприятий.
2. Перечислите элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии,

которые порождаются изменениями медиарынка.

3. Перечислите элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии, которые порождаются изменениями медианосителя.

4. Перечислите элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии, которые порождаются изменениями медиапотребления.

5. Перечислите элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии, которые порождаются изменениями измерения медиа и аудитории.

6. Перечислите элементы тенденции развития мировой медиаиндустрии, которые порождаются изменениями размещения контента.

7.3.1 Текущий контроль (тестирование)

1. Примерные вопросы к тестированию. Варианты ответа могут включать несколько правильных ответов. Посчитывается число правильных, неверных и пропущенных правильных ответов. Тестируемому обучающемуся требуется не пропускать правильные ответы, не выбирать неверные ответы. Результаты рассчитываются соотношением суммы правильных ответов по факту минус сумма фактических неверных ответов плюс сумма пропущенных правильных ответов, деленная на теоретическую возможную предельную сумму правильных ответов, умноженное на нормирующую величину балла или процента: $\left((\sum_{ПФ} - (\sum_{НФ} + \sum_{ПП})/\sum_{ТП})\right) \times 5\ баллов$, где:

- пф – правильные фактические ответы;
- нф – неверные фактические ответы;
- пп – пропущенные правильные ответы;
- тп – теоретические возможные правильные ответы.

2.

3. Тест может проводится в следующих целях:

- самообучения, тогда учитывается соотношение правильных фактических ответов и теоретических возможных правильных ответов: $\sum_{ПФ}/\sum_{ТП} \times 5\ баллов$;
- промежуточного контроля усвоения учебного материала, тогда учитывается соотношение правильных фактических ответов минус неверные фактические ответы: $\left((\sum_{ПФ} - \sum_{НФ})/\sum_{ТП}\right) \times 5\ баллов$;
- итожащей оценки по предмету, тогда учитывается полное соотношение всех составляющих работы обучающегося с тестом: правильные фактические ответы минус неверные фактические ответы плюс пропущенные правильные ответы, деленная на теоретические возможные правильные ответы: $\left((\sum_{ПФ} - (\sum_{НФ} + \sum_{ПП})/\sum_{ТП})\right) \times 5\ баллов$.

4. **Перечень примерных вопросов тестирования.**

5.

1. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют

- практику потребления медиа;
- практику выпуска медиа;
- практику медиа в целом.

2. К одному из составных элементов тенденции мировой медиаиндустрии относят
- электронный носитель медиа;
- электронное имя пользователя медиа;
- электронный идентификатор пользователя медиа.

3. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют … организации медиапредприятий
- глобализацию;
- локализацию;
- сегментацию.

4. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют … производства медиапродукта
- глобализацию;
- локализацию;
- сегментацию.

5. Тенденции развития мировой медиаиндустрии формируют … медиапродукта
- персонализацию;
- деперсонализацию;
- инперсонализацию.

6. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют медиарынок через владельца
- контента;
- носителя контента;
- автора контента.

7. Тенденции развития мировой медиаиндустрии формируют медиарынок как технологию измерения
- аудитории;
- медиа;
- носителя контента.

8. Тенденции развития мировой медиаиндустрии объясняют медиарынок как технологию производства
- носителя контента;
- носителя медиа;

- носителя потребителя.

9. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют рекламу и связи с общественностью как форму и содержание
- медиа;
- аудитории;
- продукта потребления.

10. Тенденции развития мировой медиаиндустрии формируют рекламу и связи с общественностью как один из множества объектов
- медиа;
- аудитории;
- продукта потребления.

11. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют медианосители как … объекты
- универсальные;
- специализированные;
- заказываемые.

12. Тенденции развития мировой медиаиндустрии определяют практики взаимодействия медиа и аудитории как
- свободные и случайные;
- выборочные и детерминированные;
- определенные и заданные.

7.3.2 Промежуточный контроль (примерные вопросы к зачёту)

1) Сформулируйте определение понятия «Методы и техники создания медиаконтента», раскройте его смысл и значение.
2) Задачи тенденции развития мировой медиаиндустрии.
3) Характеристики тенденции развития мировой медиаиндустрии.
4) Тенденции развития свойств аудитории мировой медиаиндустрии.
5) Тенденции развития характеристик и качеств аудитории мировой медиаиндустрии.
6) Тенденции развития функций аудитории мировой медиаиндустрии.
7) Формы тенденции развития мировой медиаиндустрии.
8) Направления тенденции развития мировой медиаиндустрии.
9) Опыт России и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
10) Зарубежный опыт и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
11) Особенности формирования медиарынка и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
12) Международные стандарты в области медиа и тенденции развития мировой медиаиндустрии.

13) Тенденции развития организационных форм медиапредприятий мировой медиаиндустрии.
14) Теоретические основы тенденции развития мировой медиаиндустрии.
15) Событийность и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
16) Тенденции развития организационных форм производственной деятельности медиапредприятий мировой медиаиндустрии.
17) Проблема доступности носителей информации и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
18) Тенденции развития измерения медиа мировой медиаиндустрии.
19) Содержание подписки на носители и источники научной информации в Тенденции развития мировой медиаиндустрии..
20) Особенности электронных носителей и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
21) Распространение информации и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
22) Тенденции развития участников рынка измерения медиа мировой медиаиндустрии.

23) Тенденции развития технологий измерения медиа мировой медиаиндустрии.
24) Тенденции развития централизации и монополизации измерения медиа мировой медиаиндустрии.
25) Критерии и показатели эффективности медиа и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
26) Социальные сети и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
27) Использование систем персонализации медиа и тенденции развития мировой медиаиндустрии.
28) Тенденции развития характеристик владельца контента мировой медиаиндустрии.
29) Тенденции развития универсальных свойств и качеств владельца контента мировой медиаиндустрии.
30) Тенденции развития тематизации владельца контента мировой медиаиндустрии.
31) Тенденции развития форм собственности и отношений владельца контента мировой медиаиндустрии.
32) Печать, радио, телевидение, Интернет, мобильные приложения и тенденции развития мировой медиаиндустрии.

Промежуточный контроль (примерные вопросы к экзамену)

1) Что принято относить к объектной области создания медиаконтента?
2) В чем заключается предметная область создания медиаконтента?
3) Раскройте содержание организации медиапредприятий как тенденции развития мировой медиаиндустрии.

4) Раскройте содержание производственной деятельности медиапредприятий как тенденции развития мировой медиаиндустрии..
5) Сформулируйте определение понятия «Методы и техники создания медиаконтента», раскройте его значение.
6) Раскройте формы собственности медиапредприятий как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
7) Дайте характеристику медиарынка как тенденции развития создания медиаконтента
8) Раскройте свойства аудитории медиарынка
9) Раскройте функции потребителей медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии
10) Раскройте связь аудитории и медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
11) В чем заключаются функции владельца медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии?
12) Раскройте характеристику владельца контента как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
13) Раскройте процессы производства контента медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
14) В чем заключаются функции измерителя медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
15) Раскройте место и роль медиа в рекламе и связях с общественностью как тенденции развития создания медиаконтента
16) Раскройте соотношение феноменов медиа и контента как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
17) Раскройте характеристику универсализации контента рекламы и связей с общественностью как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
18) Раскройте характеристику универсализации носителя рекламы и связей с общественностью как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
19) Раскройте характеристику персонализации контента рекламы и связей с общественностью как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
20) Раскройте характеристику персонализации носителя рекламы и связей с общественностью как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
21) Раскройте характеристику выборочного и отложенного потребления контента рекламы и связей с общественностью как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
22) Раскройте характеристику сервитизации контента и носителя рекламы и связей с общественностью как тенденции развития мировой медиаиндустрии.

23) В чем заключается сервис размещения контента как тенденции развития мировой медиаиндустрии?
24) Раскройте характеристику отложенной конверсии повседневной практики аудитории как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
25) Раскройте характеристику пакетного и настраиваемого потребления контента повседневной практики аудитории как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
26) Раскройте характеристику сервисного детерминизма как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
27) Раскройте характеристику измерения медиа и аудитории как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
28) Раскройте феномен непрерывного сплошного измерения медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
29) Раскройте характеристику наблюдения над персонализированным и уникальным членом аудитории как тенденции развития мировой медиаиндустрии
30) Объясните феномен больших данных в измерении медиа как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
31) Раскройте характеристику размещения контента как тенденции развития мировой медиаиндустрии.
32) Раскройте характеристику использования принципов нейронных сетей в решении задач размещения контента как тенденции развития мировой медиаиндустрии.