

**Министерство культуры Российской Федерации
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ХАБАРОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ИНСТИТУТ КУЛЬТУРЫ»
(ХГИК)**

Кафедра культурологии и музеологии

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по учебной,
научной и международной
деятельности

_____ Е.В.Савелова

«11» мая 2022 г.

НОВЫЕ МЕДИА И ЦИФРОВАЯ КУЛЬТУРА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Уровень бакалавриата
(2022 год набора,
очная форма обучения)

Направление подготовки:
51.03.01 Культурология

Профиль подготовки
Сетевая культура и социальные коммуникации

**Хабаровск
2022**

Составитель:

Пилипенко Ольга Станиславовна, старший преподаватель кафедры культурологии и музеологии

Рабочая программа дисциплины «Новые медиа и цифровая культура» рассмотрена и одобрена на заседании кафедры культурологии и музеологии «5» мая 2022 г. протокол № 9.

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ	4
1.1.Наименование дисциплины	4
1.2.Место дисциплины в структуре образовательной программы	4
1.3.Цель освоения дисциплины	4
1.4.Планируемые результаты обучения по дисциплине	5
2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ	6
2.1.Объем дисциплины	6
2.2.Тематический план	7
2.3.Краткое содержание разделов и тем	8
3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	10
3.1.Планы семинарских занятий	10
3.2.Темы докладов и рефератов по дисциплине	10
3.3.Планы практических занятий	10
3.4.Вопросы для самоконтроля по разделам дисциплины	14
4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ	14
5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ	16
5.1.Перечень компетенций и этапы их формирования	16
5.2.Показатели и критерии оценивания компетенций	18
5.3.Материалы для оценки и контроля результатов обучения	19
5.4.Методические материалы по оцениванию результатов обучения	23
6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ	26
6.1.Основная и дополнительная литература	26
6.2.Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»	27
6.3.Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы	28
6.4.Материально-техническая база	29
7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА	30
8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ	31

1. ОБЩИЕ СВЕДЕНИЯ О ДИСЦИПЛИНЕ

1.1. Наименование дисциплины

Рабочая программа дисциплины «Новые медиа и цифровая культура» предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации» квалификации «бакалавр», разработана на кафедре культурологии и музеологии Хабаровского государственного института культуры в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования, утв. приказом Министерства образования и науки РФ от 06.12.2017 г. №1177.

1.2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Учебная дисциплина «Новые медиа и цифровая культура» (Б1.В.ДВ.02.02) входит в блок Б.1.В., часть, формируемая участниками образовательных отношений учебного плана и включена как *дисциплина по выбору* в структуру учебных планов на основании ФГОС ВО.

Данная рабочая учебная программа предназначена для студентов, обучающихся по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология», профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации» квалификации «бакалавр»

Для изучения дисциплины необходимы компетенции, сформированные у студентов не только в результате обучения в средней общеобразовательной школе, но и в течение первого года обучения по направлению подготовки 51.03.01 «Культурология».

Освоение дисциплины позволяет рассматривать полученные знания не только как способ решения профессиональных задач, но и как способ познания и продвижения и системы ценностей определенной культуры, ее общеэстетических и этических идеалов. Наглядно прослеживается связь дисциплины «Новые медиа и цифровая культура» с дисциплинами «Русский язык в деловой коммуникации», «Основы правовых знаний», «Информационные технологии в профессиональной деятельности».

1.3. Цель освоения дисциплины

Целью дисциплины является освоение теоретических подходов и практических навыков ведения блогов в социальных сетях, используя современные информационно-телекоммуникационные технологии.

Для достижения цели требуется решение следующих задач:

- усвоение современных моделей развития и функционирования социальных сетей;

- получение опыта применения инструментов планирования и оценки продвижения в социальных медиа;

-анализ российской практики продвижения в социальных медиа;
 -адаптация современных зарубежных практик продвижения в социальных сетях для российских условий. Наряду с практической целью – обучением ведению блогов в социальных сетях, курс иностранного языка в неязыковом вузе ставит **задачи** расширение кругозора студентов, повышение уровня их общей культуры и образования, а также культуры мышления, общения и речи.

1.4. Планируемые результаты обучения по дисциплине

Формируемые компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Планируемые результаты практической деятельности, обеспечивающие формирование компетенций
Универсальные компетенции		
УК-4. Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на Государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)	<p>УК-4.1. Знать: - иностранный(ые) язык(и) на уровне, необходимом для получения информации профессионального содержания из зарубежных источников.</p> <p>УК-4.2. Уметь: - самостоятельно находить, анализировать, синтезировать информацию, связанную с изучением иностранного языка(ов).</p> <p>УК-4.3. Владеть: - иностранным(ми) языком(ми) для практического осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах.</p>	<p>УК-4.1. Знает: - современные средства коммуникативных технологий; - языковой материал (лексические единицы и грамматические структуры), необходимый и достаточный для общения в различных средах и сферах речевой деятельности.</p> <p>УК-4.2. Умеет: - выделять значимую информацию в общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстах, относящихся к различным типам речи, - переупаковывать тексты в зависимости от поставленных задач и целевой аудитории - вести диалог, соблюдая нормы речевого этикета, используя различные стратегии; выстраивать монолог; - составлять деловые бумаги; - поддерживать контакты.</p> <p>УК-4.3. Успешно владеет: - практическими навыками использования современных коммуникативных технологий; - лексическими и грамматическими категориями родного языка); - устанавливает и поддерживает общение в соответствии с потребностями деятельности, используя современные коммуникативные технологии.</p>

Профессиональные компетенции		
ПК-4 Способность к созданию и размещению качественного контента в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к ведению блогов в социальных сетях	ПК-4.1 Знать: - специфику работы в условиях мультимедийной среды, методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)	ПК-4.1 Знает: - типы социальных сетей; - психологические особенности воздействия социальных сетей; - типы контента для социальных сетей; - социальные, демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.
	ПК-4.2 Уметь: - создавать качественный контент профессиональной тематики в условиях мультимедийной среды	ПК-4.2 Умеет: - анализировать аудиторию социальных сетей; - переупаковывать контент для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения; - оценивать эффективность своей работы в социальных сетях
	ПК-4.3. Владеть: - методами и технологиями подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, графика, анимация)	ПК-4.3 Успешно владеет: - практическими навыками построения стратегии присутствия в социальных сетях; - методиками определения источников негатива и методики нейтрализации негатива; - практическими навыками работа с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.

2. ОБЪЕМ И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

2.1. Объем дисциплины

Вид учебной работы	ОФО	
	Всего часов	Семестры
Контактная работа (всего)	98	3-4
в том числе:		
- лекции (ЛЗ)	50	3-4
- семинары (СЗ)		
- практические (ПЗ)	48	3-4
- мелкогрупповые (МГЗ)		
- индивидуальные (ИЗ)		
- индивидуальное консультирование (И)		
Самостоятельная работа студента (всего)	46	3-4
СРС	33	3-4
КОНТРОЛЬ	13	3-4
в том числе:		

- подготовка курсовой работы		
- текущий контроль		
- промежуточный контроль (подготовка к зачету и экзамену)	13	3-4
Общая трудоемкость: (всего зач. ед./кол-во часов по ФГОС)	4 / 144	3-4
Вид промежуточной аттестации (зачет, экзамен)	семестры:	
зачет	3	
экзамен	4	

2.2. Тематический план дисциплины (ОФО)

(очная форма обучения)

№ п/п	Наименование разделов и тем	Кол-во часов								
		Всего часов по ФГО С	Контактная работа с преподавателем				Самостоятельная работа студентов			
			Всего	ЛЗ	СЗ	ПЗ	Всег о СР С	СР С	Контроль СРС	
									теку щий	Пр оме жу точ ны й
1	Основные понятия и теории современных медиа. УК-4, ПК-4	15	12	6		6	3	3		
2	Система жанров современных медиа. УК-4, ПК-4	15	12	6		6	3	3		
3	Медиапотребление. УК-4, ПК-4	19	16	8		8	3	3		
4	Медиаплощадки: тенденции развития. УК-4, ПК-4	19	16	8		8	3	3		
	Зачёт	4					4			4
	Итого за 1ый семестр	72	56	28		28	16	12	-	4
5	Планирование мультимедиа истории и работа проектной редакции. УК-4, ПК-4	16	12	6		6	4	4		
6	Разработка мультимедийного контента. УК-4, ПК-4	12	8	4		4	4	4		
7	On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента. УК-4, ПК-4	14	10	6		4	4	4		
8	Публикация и работа с аудиторией. УК-4, ПК-4	17	12	6		6	5	5		

	Экзамен	9					9			9
	Итого за 2ой семестр	72	42	22		20	30	21	-	9
	ВСЕГО	144	98	50		48	46	33	-	13

2.3. Краткое содержание разделов и тем

Тема 1. Основные понятия и теории современных медиа. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами». Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. Отличительные элементы современных медиа. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. Аудитория как объект и субъект медиакommunikation. Базовые характеристики исследования on-line аудитории. Аудитория как массовый рынок. Цели и инструменты измерения аудитории. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете. Концептуализация новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность. Концепция «интерактивного общества». Современная медиа-мифология. Теории игорреализации в СМИ. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. Типология медиаэффектов (время и интенсивность).

Тема 2. Система жанров современных медиа. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. Субъекты информационного процесса. Источники информации и их поиск. Мониторинг СМИ. Структура работы с базами данных. Принцип обратной связи в медиа. Понятие «жанр». Подходы к выделению типологических признаков. Цель и факторы выбора жанра. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений. Адаптивные стратегии медиапроизводства. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики.

Тема 3. Медиапотребление. Изменение стратегий медиапотребления. Понятие «качество аудитории». UGC и потребитель как производитель контента. Проблемы медиаметрии. Разные типы «чтения» медиатекстов. Конкуренция за внимание аудитории профессиональных медиа и других источников информации. Измерители аудитории. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ. Понятие нишевого СМИ, узкоспециализированной медиаплощадки. Специфика создания, развития, продвижения нишевого СМИ в современной медиа-реальности. Подходы к сегментации аудитории СМИ. Крайняя информационная усталость (информационный шум). Ограниченный ресурс внимания (когнитивный шум). Высокий «частотный шум» цифровой среды (технический шум). Фрагментация и персонификация. Футурология медиапотребления.

Тема 4. Медиаплощадки: тенденции развития. Социальные сети и их аудитория. Контент социальных сетей. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории. СМИ в социальных сетях. Новые и экспериментальные форматы. Изменения в экономике медиа. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на информацию. Поколенческий сдвиг. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации. Стандартная рекламная модель и альтернативы. Paywall: ограничение доступа к платному контенту. Некоторые особенности законодательства и практики. Дистрибуция и промо медиапроектов.

Тема 5. Планирование мультимедиа истории и работа проектной редакции. Базовый подход к разработке медиапроектов. Разработка медиапроекта: идея, концепция, форматы, исследования, способы оценки ресурсов, необходимых для создания материалов и планирования производства. Задачи продюсера/редактора цифрового контента при разработке мультимедийного проекта. Аспекты адаптивного медиапроизводства. Трудоемкость медиаопераций и базового контент-комплекта.

Тема 6. Разработка мультимедийного контента. Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности. Деонтология журналистской деятельности в Интернете. Общая методология социального познания, методы получения эмпирических данных, методы интерпретации данных. Видовые особенности медиа-текста. Коммуникативная матрица: событие – медиасобытие – медиатекст. Информационный повод. Особенности стиля печатного и аудиовизуального материала. Стилиевые приемы в медиатексте. Выразительные и изобразительные средства мультимедийного контента. Режиссура мультимедийной истории. Аудитория как первоисточник информации. Аудитория как онлайн-соавтор лонгрида. Краудсорсинговые проекты.

Тема 7. On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента. Медиатекст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. программное обеспечение, приобретение прав. Правки верстки “мультимедиа-текст”. Метаструктура материала. Визуализация данных. Статичная и динамичная инфографика. Интерактивные карты. Фото-, видеоматериал. Панорамная и 360 съемка. Timelines. Аудиофайлы и аудиоподкасты. Платформы для интерактивного сторителлинга. Конструкторы сайтов. Блоговая основа для лонгридов. Методы адаптации цифровых материалов под устройства современных потребителей. Критерии форматной адаптации материала. Глобальные и национальные практики в области создания мультимедийных историй в медиа.

Тема 8. Публикация и работа с аудиторией. Концепция близости к аудитории. Субъект медиа-деятельности: аудитория. Принципы коллаборации с аудиторией. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности. Медиатекст и специфика каналов трансляции. Контент: новые принципы создания,

трансляции, потребления. Оценка медиапотребления созданного продукта. Маркетинговые метрики. Редакционные метрики. SMM-метрики. Межплатформенное вещание. Ядро аудитории мультимедийной истории. Персонализация информации для читателя. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории. Циклы потребления.

3. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДЛЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

3.1. Планы семинарских занятий

Семинарские занятия по дисциплине «Новые медиа и сетевая культура» не предусмотрены учебным планом.

3.2. Темы докладов и рефератов по дисциплине

Доклады и рефераты по дисциплине «Новые медиа и сетевая культура» не предусмотрены учебным планом.

3.3. Планы практических занятий

Практическое занятие 1. Основные понятия и теории современных медиа. (6 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами».
2. Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации.
3. Отличительные элементы современных медиа.
4. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации.
5. Аудитория как объект и субъект медиакоммуникации.
6. Базовые характеристики исследования on-line аудитории.
7. Аудитория как массовый рынок.
8. Цели и инструменты измерения аудитории.
9. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете.
10. Концептуализация новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность.
11. Концепция «интерактивного общества».
12. Современная медиа-мифология.
13. Теории игореализации в СМИ.
14. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту.
15. Типология медиаэффектов (время и интенсивность).

Практическое занятие 2. Система жанров современных медиа. (6 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация.
2. Субъекты информационного процесса.
3. Источники информации и их поиск.
4. Мониторинг СМИ.
5. Структура работы с базами данных.
6. Принцип обратной связи в медиа.
7. Понятие «жанр».
8. Подходы к выделению типологических признаков.
9. Цель и факторы выбора жанра.
10. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации.
11. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений.
12. Адаптивные стратегии медиапроизводства.
13. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики.

Практическое занятие 3. Медиапотребление. (8 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Изменение стратегий медиапотребления.
2. Понятие «качество аудитории».
3. UGC и потребитель как производитель контента.
4. Проблемы медиаметрии.
5. Разные типы «чтения» медиатекстов.
6. Конкуренция за внимание аудитории профессиональных медиа и других источников информации.
7. Измерители аудитории.
8. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ.
9. Понятие нишевого СМИ, узкоспециализированной медиаплощадки.
10. Специфика создания, развития, продвижения нишевого СМИ в современной медиа-реальности.
11. Подходы к сегментации аудитории СМИ.
12. Крайняя информационная усталость (информационный шум).
13. Ограниченный ресурс внимания (когнитивный шум).
14. Высокий «частотный шум» цифровой среды (технический шум).
15. Фрагментация и персонификация. Футурология медиапотребления.

Практическое занятие 4. Медиаплощадки: тенденции развития. (8

час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Социальные сети и их аудитория.
2. Контент социальных сетей.
3. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории.
4. СМИ в социальных сетях.
5. Новые и экспериментальные форматы.
6. Изменения в экономике медиа.
7. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на информацию.
8. Поколенческий сдвиг.
9. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации.
10. Стандартная рекламная модель и альтернативы.
11. Paywall: ограничение доступа к платному контенту .
12. Некоторые особенности законодательства и практики.
13. Дистрибуция и промо медиапроектов.

Практическое занятие 5. Планирование мультимедиа истории и работа проектной редакции. (6 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Базовый подход к разработке медиапроектов.
2. Разработка медиапроекта: идея, концепция, форматы, исследования. способы оценки ресурсов, необходимых для создания материалов и планирования производства.
3. Задачи продюсера/редактора цифрового контента при разработке мультимедийного проекта.
4. Аспекты адаптивного медиапроизводства.
5. Трудоемкость медиаопераций и базового контент-комплекта.

Практическое занятие 6. Разработка мультимедийного контента. (4 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности.
2. Деонтология журналистской деятельности в Интернете.
3. Общая методология социального познания, методы получения эмпирических данных, методы интерпретации данных.
4. Видовые особенности медиа-текста.
5. Коммуникативная матрица: событие – медиасобытие – медиатекст.
6. Информационный повод.
7. Особенности стиля печатного и аудиовизуального материала.
8. Стилиевые приемы в медиатексте.

9. Выразительные и изобразительные средства мультимедийного контента.
10. Режиссура мультимедийной истории.
11. Аудитория как первоисточник информации.
12. Аудитория как онлайн-соавтор лонгрида.
13. Краудсорсинговые проекты.

Практическое занятие 7. On-line сервисы для создания и верстки мультимедийного контента. (4 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Медiateкст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. программное обеспечение, приобретение прав.
2. Правки верстки “мультимедиа-текст”.
3. Метаструктура материала.
4. Визуализация данных.
5. Статичная и динамичная инфографика.
6. Интерактивные карты.
7. Фото-, видеоматериал.
8. Панорамная и 360 съемка.
9. Timelines.
10. Аудиофайлы и аудиоподкасты.
11. Платформы для интерактивного сторителлинга.
12. Конструкторы сайтов.
13. Блоговая основа для лонгридов.
14. Методы адаптации цифровых материалов под устройства современных потребителей.
15. Критерии форматной адаптации материала.
16. Глобальные и национальные практики в области создания мультимедийных историй в медиа.

Практическое занятие 8. Публикация и работа с аудиторией. (8 час)

Вопросы для самоподготовки:

1. Концепция близости к аудитории.
2. Субъект медиа-деятельности: аудитория.
3. Принципы коллаборации с аудиторией.
4. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности.
5. Медiateкст и специфика каналов трансляции.
6. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления.
7. Оценка медиапотребления созданного продукта.
8. Маркетинговые метрики.
9. Редакционные метрики.
10. SMM-метрики.
11. Межплатформенное вещание.

12. Ядро аудитории мультимедийной истории.
13. Персонализация информации для читателя.
14. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории.
15. Циклы потребления.

3.4. Вопросы для самоконтроля по разделам дисциплины

2 курс 3 семестр см. **3.3. Планы практических занятий** Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям 1-4.

2 курс 4 семестр см. **3.3. Планы практических занятий** Вопросы для самоподготовки к практическим занятиям 1-8.

4. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина предусматривает лекционные и практические занятия, а также самостоятельную работу. Успешное изучение курса требует активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в

учебной деятельности студента. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Задания для самостоятельной работы студентов размещаются в ЭИОС MOODLE.

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны выполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,
выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях
неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем.

Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к практическим занятиям, сдаче зачетов и экзаменов.

В учебном процессе предусматривается использование **интерактивных форм** проведения практических занятий, что позволяет контролировать процесс усвоения обучающимися материала и уровня формирования соответствующих компетенций.

К интерактивным формам относятся:

Учебные дискуссии – обеспечивает глубокое личностное усвоение знаний, формируют умение корректно интерпретировать и критиковать сведения, полученные в результате работы с литературой.

Мозговой штурм – хороший способ быстрого включения всех членов группы в работу на основе свободного выражения своих мыслей по рассматриваемому вопросу.

Ролевая игра – моделирование процесса деятельности по выработке решений при наличии общей цели у группы по заданным правилам для

отработки вариантов поведения в ситуациях, в которых может оказаться обучающийся.

Кейс – стади – позволяет студентам использовать свой опыт и полученные знания для решения конкретных ситуаций, выражающих реальные, не вымышленные профессиональные сюжеты.

Работа на практических занятиях предполагает моменты дискуссии, что требует включения в работу на протяжении всего занятия, внимательного и уважительного отношения к обучающимся, корректной постановки вопросов, оспаривающих реплик и возражений.

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

5.1. Перечень компетенций и этапы их формирования

из Федерального государственного образовательного стандарта высшего образования направления подготовки

51.03.01 «Культурология» (профиль подготовки «Сетевая культура и социальные коммуникации»), квалификация «бакалавр»

Код	Формулировка компетенции
УК	Универсальные компетенции
УК-4	Способен осуществлять деловую коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах)
ПК	Профессиональные компетенции
ПК-4	Способность к созданию и размещению качественного контента в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к ведению блогов в социальных сетях

Этапы формирования компетенций:

Пороговый уровень:

УК-4. Знать: на пороговом уровне современные средства коммуникативных технологий, необходимых для осуществления деловой коммуникации в различных средах и сферах речевой деятельности.

Уметь: выделять значимую информацию в общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстах, относящихся к различным типам речи.

Владеть: в целом успешное, но не систематическое владение практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, лексическими и грамматическими категориями родного языка для осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на Государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах);

ПК-4. Знать: типы социальных сетей и психологические особенности воздействия социальных сетей.

Уметь: анализировать аудиторию социальных сетей .

Владеть: в целом успешное, но не систематическое владение практическими навыками построения стратегии присутствия в социальных сетях

Прохождение этого уровня свидетельствует об освоении студентом **порогового уровня** компетенций.

Стандартный уровень:

УК-4. Знать: современные средства коммуникативных технологий, необходимых для осуществления деловой коммуникации в различных средах и сферах речевой деятельности.

Уметь: выделять значимую информацию в общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстах, относящихся к различным типам речи; вести диалог , соблюдая нормы речевого этикета .

Владеть: в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, лексическими и грамматическими категориями родного языка для осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на Государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых) языке(ах).

ПК-4. Знать: типы социальных сетей и психологические особенности воздействия социальных сетей; типы контента для социальных сетей.

Уметь: анализировать аудиторию социальных сетей и переупаковывать контент для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения .

Владеть: в целом успешное, но содержащее отдельные пробелы владение практическими навыками построения стратегии присутствия в социальных сетях; методиками определения источников негатива и методики нейтрализации негатива.

Успешное прохождение этого этапа позволяет достичь **стандартного уровня** сформированности компетенций.

Эталонный уровень:

УК-4. Знать: современные средства коммуникативных технологий, необходимых и достаточных для осуществления деловой коммуникации в различных средах и сферах речевой деятельности.

Уметь: выделять значимую информацию в общественно-политических, публицистических (медийных) и прагматических текстах, относящихся к различным типам речи; вести диалог , соблюдая нормы речевого этикета ; поддерживать деловые контакты.

Владеть: успешное и последовательное владение практическими навыками использования современных коммуникативных технологий, лексическими и грамматическими категориями родного языка для осуществления деловой коммуникации в устной и письменной формах на Государственном языке Российской Федерации и иностранном(ых)

языке(ах).

ПК-4. Знать: типы социальных сетей и психологические особенности воздействия социальных сетей; типы контента для социальных сетей; социальные, демографические и географические характеристики аудитории социальных сетей.

Уметь: анализировать аудиторию социальных сетей и переупаковывать контент для разных социальных сетей исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения; оценивать эффективность своей деятельности .

Владеть: успешное и последовательное владение практическими навыками построения стратегии присутствия в социальных сетях; методиками определения источников негатива и методики нейтрализации негатива; практическими навыками работы с лидерами мнений и бренд-амбассадорами. На этом этапе студент достигает *эталонных показателей* по заявленным компетенциям, т.е. осваивает весь объем необходимых знаний, умений и навыков.

5.2. Показатели и критерии оценивания компетенций

В третьем семестре оценка «зачтено» ставится при условии успешного освоения материала дисциплины, удовлетворительных ответов на практических занятиях, качественного выполнения самостоятельной работы обучающегося по темам практических занятий, а также собеседования по темам, предложенным к зачету (см. **5.3.1. Вопросы к зачету**).

Оценка «не зачтено» ставится при условии некачественной подготовки к практическим занятиям, невыполнения самостоятельных заданий в течение семестра, при неудовлетворительной подготовке к собеседованию по темам, предложенным к зачету.

Во четвёртом семестре оценка «отлично» выставляется , если обучающийся продемонстрировал знание материала, чёткость и логическую последовательность в его изложении; убедительность в аргументации; краткость и точность формулировок; конкретность изложения материала. При недостаточной проявленности одного или нескольких критериев оценка может быть снижена.

отлично	хорошо	удовлетворительно	неудовлетворительно
оценивается ответ, если студент имеет системные знания и умения по поставленному вопросу. Содержание вопроса излагается связно, в краткой форме и последовательно, демонстрируя прикладную	оценивается неполный ответ, в котором отсутствуют незначительные элементы содержания или присутствуют все необходимые элементы содержания, но допущены некоторые ошибки,	оценивается неполный ответ, в котором отсутствуют значительные элементы содержания или присутствуют вышеизложенные знания, но допущены существенные ошибки, нелогично,	оценивается ответ, при котором студенту демонстрируют отрывочные, бессистемные знания, неумение выделить главное, существенное, допускают грубые ошибки

направленность знаний и умений, не допускает терминологических ошибок и фактических неточностей	иногда нарушалась последовательность изложения вопроса	пространно изложено основное содержание вопроса	
---	--	---	--

5.3. Материалы для оценки и контроля результатов обучения

5.3.1. Вопросы к зачету

1. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами». (УК-4, ПК-4)
2. Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. (УК-4, ПК-4)
3. Отличительные элементы современных медиа. (УК-4, ПК-4)
4. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. (УК-4, ПК-4)
5. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. (УК-4, ПК-4)
6. Базовые характеристики исследования on-line аудитории. (УК-4, ПК-4)
7. Аудитория как массовый рынок. (УК-4, ПК-4)
8. Цели и инструменты измерения аудитории. (УК-4, ПК-4)
9. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете. (УК-4, ПК-4)
10. Концептуализация новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность. (УК-4, ПК-4)
11. Концепция «интерактивного общества». (УК-4, ПК-4)
12. Современная медиа-мифология. (УК-4, ПК-4)
13. Теории игровреализации в СМИ. (УК-4, ПК-4)
14. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. (УК-4, ПК-4)
15. Типология медиаэффектов (время и интенсивность). (УК-4, ПК-4)
16. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. (УК-4, ПК-4)
17. Субъекты информационного процесса. (УК-4, ПК-4)
18. Источники информации и их поиск. (УК-4, ПК-4)
19. Мониторинг СМИ. (УК-4, ПК-4)
20. Структура работы с базами данных. (УК-4, ПК-4)
21. Принцип обратной связи в медиа. (УК-4, ПК-4)
22. Понятие «жанр». (УК-4, ПК-4)
23. Подходы к выделению типологических признаков. (УК-4, ПК-4)
24. Цель и факторы выбора жанра. (УК-4, ПК-4)

25. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации. (УК-4, ПК-4)
26. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений. (УК-4, ПК-4)
27. Адаптивные стратегии медиапроизводства. (УК-4, ПК-4)
28. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-журналистики. (УК-4, ПК-4)
29. Изменение стратегий медиапотребления. (УК-4, ПК-4)
30. Понятие «качество аудитории». (УК-4, ПК-4)
31. UGC и потребитель как производитель контента. (УК-4, ПК-4)
32. Проблемы медиаметрии. (УК-4, ПК-4)
33. Разные типы «чтения» медиатекстов. (УК-4, ПК-4)
34. Конкуренция за внимание аудитории профессиональных медиа и других источников информации. (УК-4, ПК-4)
35. Измерители аудитории. (УК-4, ПК-4)
36. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ. (УК-4, ПК-4)
37. Понятие нишевого СМИ, узкоспециализированной медиаплощадки. (УК-4, ПК-4)
38. Специфика создания, развития, продвижения нишевого СМИ в современной медиа-реальности. (УК-4, ПК-4)
39. Подходы к сегментации аудитории СМИ. (УК-4, ПК-4)
40. Крайняя информационная усталость (информационный шум). (УК-4, ПК-4)
41. Ограниченный ресурс внимания (когнитивный шум). (УК-4, ПК-4)
42. Высокий «частотный шум» цифровой среды (технический шум). (УК-4, ПК-4)
43. Фрагментация и персонификация. Футурология медиапотребления. (УК-4, ПК-4)
44. Социальные сети и их аудитория. (УК-4, ПК-4)
45. Контент социальных сетей. (УК-4, ПК-4)
46. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории. (УК-4, ПК-4)
47. СМИ в социальных сетях. (УК-4, ПК-4)
48. Новые и экспериментальные форматы. (УК-4, ПК-4)
49. Изменения в экономике медиа. (УК-4, ПК-4)
50. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на информацию. (УК-4, ПК-4)
51. Поколенческий сдвиг. (УК-4, ПК-4)
52. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации. (УК-4, ПК-4)
53. Стандартная рекламная модель и альтернативы. (УК-4, ПК-4)
54. Paywall: ограничение доступа к платному контенту. (УК-4, ПК-4)
55. Некоторые особенности законодательства и практики. (УК-4, ПК-4)

4)

56. Дистрибуция и промо медиапроектов. (УК-4, ПК-4)

5.3.2. Вопросы к экзамену

1. Массовая информация как разновидность социальной информации, система с «открытыми границами». (УК-4, ПК-4)
2. Виды информационной деятельности и жизненные циклы информации. (УК-4, ПК-4)
3. Отличительные элементы современных медиа. (УК-4, ПК-4)
4. Массовость и социальная значимость как определяющие характеристики массовой коммуникации. (УК-4, ПК-4)
5. Аудитория как объект и субъект медиакommunikации. (УК-4, ПК-4)
6. Базовые характеристики исследования on-line аудитории. (УК-4, ПК-4)
7. Аудитория как массовый рынок. (УК-4, ПК-4)
8. Цели и инструменты измерения аудитории. (УК-4, ПК-4)
9. Особенности on-line СМИ и основные проблемы медиасферы в Интернете. (УК-4, ПК-4)
10. Концептуализация новых СМИ в контексте тенденций глобализации, демассовизации, конгломерации, формирования многоканальной медиасреды. СМИ и гиперреальность. (УК-4, ПК-4)
11. Концепция «интерактивного общества». (УК-4, ПК-4)
12. Современная медиа-мифология. (УК-4, ПК-4)
13. Теории игореализации в СМИ. (УК-4, ПК-4)
14. Ранжирование аудитория по типу медиа, каналу, контенту. (УК-4, ПК-4)
15. Типология медиаэффектов (время и интенсивность). (УК-4, ПК-4)
16. Система и структура методов работы с информацией: сбор, анализ информации, верификация. (УК-4, ПК-4)
17. Субъекты информационного процесса. (УК-4, ПК-4)
18. Источники информации и их поиск. (УК-4, ПК-4)
19. Мониторинг СМИ. (УК-4, ПК-4)
20. Структура работы с базами данных. (УК-4, ПК-4)
21. Принцип обратной связи в медиа. (УК-4, ПК-4)
22. Понятие «жанр». (УК-4, ПК-4)
23. Подходы к выделению типологических признаков. (УК-4, ПК-4)
24. Цель и факторы выбора жанра. (УК-4, ПК-4)
25. Неустойчивость жанровой системы и причины ее трансформации. (УК-4, ПК-4)
26. Понятие «инфотейнмент» как синтез информационных жанров и развлечений. (УК-4, ПК-4)
27. Адаптивные стратегии медиапроизводства. (УК-4, ПК-4)
28. Мультимедийные лонгриды как новый формат онлайн-

- журналистики. (УК-4, ПК-4)
29. Изменение стратегий медиапотребления. (УК-4, ПК-4)
 30. Понятие «качество аудитории». (УК-4, ПК-4)
 31. UGC и потребитель как производитель контента. (УК-4, ПК-4)
 32. Проблемы медиаметрии. (УК-4, ПК-4)
 33. Разные типы «чтения» медиатекстов. (УК-4, ПК-4)
 34. Конкуренция за внимание аудитории профессиональных медиа и других источников информации. (УК-4, ПК-4)
 35. Измерители аудитории. (УК-4, ПК-4)
 36. Специализация медиа и сегментация медиа-аудитории как тренды функционирования современных СМИ. (УК-4, ПК-4)
 37. Понятие нишевого СМИ, узкоспециализированной медиаплощадки. (УК-4, ПК-4)
 38. Специфика создания, развития, продвижения нишевого СМИ в современной медиа-реальности. (УК-4, ПК-4)
 39. Подходы к сегментации аудитории СМИ. (УК-4, ПК-4)
 40. Крайняя информационная усталость (информационный шум). (УК-4, ПК-4)
 41. Ограниченный ресурс внимания (когнитивный шум). (УК-4, ПК-4)
 42. Высокий «частотный шум» цифровой среды (технический шум). (УК-4, ПК-4)
 43. Фрагментация и персонификация. Футурология медиапотребления. (УК-4, ПК-4)
 44. Социальные сети и их аудитория. (УК-4, ПК-4)
 45. Контент социальных сетей. (УК-4, ПК-4)
 46. Типы взаимодействия в сети и способы монетизации лояльной аудитории. (УК-4, ПК-4)
 47. СМИ в социальных сетях. (УК-4, ПК-4)
 48. Новые и экспериментальные форматы. (УК-4, ПК-4)
 49. Изменения в экономике медиа. (УК-4, ПК-4)
 50. Сдвиг в тематической и форматной структуре спроса масс на информацию. (УК-4, ПК-4)
 51. Поколенческий сдвиг. (УК-4, ПК-4)
 52. Традиционные и гибридные бизнес-модели массовой коммуникации. (УК-4, ПК-4)
 53. Стандартная рекламная модель и альтернативы. (УК-4, ПК-4)
 54. Paywall: ограничение доступа к платному контенту. (УК-4, ПК-4)
 55. Некоторые особенности законодательства и практики. (УК-4, ПК-4)
 56. Дистрибуция и промо медиапроектов. (УК-4, ПК-4)
 57. Базовый подход к разработке медиапроектов. (УК-4, ПК-4)
 58. Разработка медиапроекта: идея, концепция, форматы, исследования. способы оценки ресурсов, необходимых для

- создания материалов и планирования производства. (УК-4, ПК-4)
59. Задачи продюсиера/редактора цифрового контента при разработке мультимедийного проекта. (УК-4, ПК-4)
 60. Аспекты адаптивного медиапроизводства. (УК-4, ПК-4)
 61. Трудоемкость медиаопераций и базового контент-комплекта. (УК-4, ПК-4)
 62. Новейшие тенденции: переход от производства продукта к производству контента, индивидуализация адресности. (УК-4, ПК-4)
 63. Деонтология журналистской деятельности в Интернете. (УК-4, ПК-4)
 64. Общая методология социального познания, методы получения эмпирических данных, методы интерпретации данных. (УК-4, ПК-4)
 65. Видовые особенности медиа-текста. (УК-4, ПК-4)
 66. Коммуникативная матрица: событие – медиасобытие – медиатекст. (УК-4, ПК-4)
 67. Информационный повод. (УК-4, ПК-4)
 68. Особенности стиля печатного и аудиовизуального материала. (УК-4, ПК-4)
 69. Стилиевые приемы в медиатексте. (УК-4, ПК-4)
 70. Выразительные и изобразительные средства мультимедийного контента. (УК-4, ПК-4)
 71. Режиссура мультимедийной истории. (УК-4, ПК-4)
 72. Аудитория как первоисточник информации. (УК-4, ПК-4)
 73. Аудитория как онлайн-соавтор лонгрида. (УК-4, ПК-4)
 74. Краудсорсинговые проекты. (УК-4, ПК-4)
 75. Медиатекст, гипертекст, мультимедиа текст и интертекстуальность. программное обеспечение, приобретение прав. (УК-4, ПК-4)
 76. Правки верстки “мультимедиа-текст”. (УК-4, ПК-4)
 77. Метаструктура материала. (УК-4, ПК-4)
 78. Визуализация данных. (УК-4, ПК-4)
 79. Статичная и динамичная инфографика. (УК-4, ПК-4)
 80. Интерактивные карты. (УК-4, ПК-4)
 81. Фото-, видеоматериал. (УК-4, ПК-4)
 82. Панорамная и 360 съемка. (УК-4, ПК-4)
 83. Timelines. (УК-4, ПК-4)
 84. Аудиофайлы и аудиоподкасты. (УК-4, ПК-4)
 85. Платформы для интерактивного сторителлинга. (УК-4, ПК-4)
 86. Конструкторы сайтов. (УК-4, ПК-4)
 87. Блоговая основа для лонгридов. (УК-4, ПК-4)
 88. Методы адаптации цифровых материалов под устройства

- современных потребителей. (УК-4, ПК-4)
89. Критерии форматной адаптации материала. (УК-4, ПК-4)
 90. Глобальные и национальные практики в области создания мультимедийных историй в медиа. (УК-4, ПК-4)
 91. Концепция близости к аудитории. (УК-4, ПК-4)
 92. Субъект медиа-деятельности: аудитория. (УК-4, ПК-4)
 93. Принципы коллаборации с аудиторией. (УК-4, ПК-4)
 94. Действенность и эффективность медиа-текстов: проблемы, факторы и методы повышения результативности. (УК-4, ПК-4)
 95. Медиатекст и специфика каналов трансляции. (УК-4, ПК-4)
 96. Контент: новые принципы создания, трансляции, потребления. (УК-4, ПК-4)
 97. Оценка медиапотребления созданного продукта. (УК-4, ПК-4)
 98. Маркетинговые метрики. (УК-4, ПК-4)
 99. Редакционные метрики. (УК-4, ПК-4)
 100. SMM-метрики. (УК-4, ПК-4)
 101. Межплатформенное вещание. (УК-4, ПК-4)
 102. Ядро аудитории мультимедийной истории. (УК-4, ПК-4)
 103. Персонализация информации для читателя. (УК-4, ПК-4)
 104. Показатели вовлеченности и лояльности аудитории. (УК-4, ПК-4)

5.4. Методические материалы по оцениванию результатов обучения

Текущий контроль и самоконтроль за уровнем результативности изучения дисциплины осуществляется на практических занятиях по ответам по предлагаемым вопросам и выполнению различных видов заданий. Для выступающих учитывается качество устного сообщения, а для слушателей – участие в обсуждении. Дополнительно оценивается степень активности обучающихся в совместных обсуждениях и дискуссиях по учебному материалу.

Промежуточный контроль осуществляется в течение семестра в виде зачёта.

Итоговый контроль осуществляется в конце 4 семестра в виде экзамена.

5.4.1. Содержание текущего, промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины

1. Проверка уровня освоения учебного материала, представленного на лекционных и практических занятиях;
2. Проверка знаний и умений, полученных в ходе самостоятельной подготовки обучающихся к разным типам занятий;

3. Проверка знания и навыков к созданию и размещению качественного контента в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», к ведению блогов в социальных сетях;

4. Проверка способностей к публичной коммуникации, к устному представлению результатов самостоятельной работы, ведению учебной дискуссии.

5.4.2. Виды текущего, промежуточного и итогового контроля результативности изучения дисциплины

Текущий контроль включает:

– проверку качества подготовки к практическим занятиям и представления итогов самостоятельной работы по темам практических занятий;

Промежуточный контроль проводится в виде зачёта (из перечня **5.3.1. «Вопросы к зачету»**) в форме собеседования .

Итоговый контроль проводится в виде экзамена по билетам путем устного собеседования. В каждом билете два теоретических вопроса. Дополнительные вопросы могут быть заданы экзаменатором, как по билету, так и по теоретическому курсу дисциплины. Ответ студента оценивается по 4-х бальной шкале: отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

5.4.3. Формы контроля результативности изучения дисциплины

Устный ответ (выступление) – одна из важных форм учебной работы обучающихся, позволяющая оценить и проконтролировать уровень освоения лексического и грамматического материала, логику понимания и изложения темы, способность к выполнению коммуникативной функции. Выступление может быть двух видов: специально подготовленное и спонтанное.

Требования к устному сообщению (выступлению) следующие:

- соблюдение речевых нормы иностранного языка.
- правильное использование терминология.
- эмоциональность и выразительность.

Собеседование по контрольным вопросам – средство контроля, организованное как специальная беседа преподавателя с обучающимся на темы, связанные с изучаемой дисциплиной и рассчитанное на выяснение объема знаний обучающегося по определенному вопросу (из перечня **5.3.1. «Вопросы к зачету»**). При оценивании результатов собеседования критериями оценки результатов выступают:

- усвоения знаний (глубина, прочность, систематичность знаний);
- умений применять знания (адекватность применяемых знаний в конкретной ситуации);
- рациональность используемых подходов, умение логически выстроить ответ;
- сформированность профессионально значимых личностных качеств;

– коммуникативные навыки (умение поддерживать и активизировать беседу).

6. РЕСУРСНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Основная и дополнительная литература

Основная литература

1. Кастельс, М. Власть коммуникации=Communication Power : учебное пособие : [16+] / М. Кастельс ; под науч. ред. А. И. Черных ; пер. с англ. Н. М. Тылевич, А. А. Архиповой. – 3-е изд. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. – 592 с. : ил. – (Переводные учебники ВШЭ). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=600848> (дата обращения: 18.07.2021). – Библиогр.: с. 538 - 584. – ISBN 978-5-7598-2119-9 (в пер.). – ISBN 978-5-7598-2029-1 (e-book). – DOI 10.17323/978-5-7598-2119-9. – Текст : электронный.

2. Гасумова, С. Е. Информационные технологии в социальной сфере : учебное пособие / С. Е. Гасумова. – 6-е изд., стер. – Москва : Дашков и К°, 2020. – 311 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573204> (дата обращения: 18.07.2021). – Библиогр.: с. 259-263. – ISBN 978-5-394-03642-2. – Текст : электронный.

3. Чхартишвили, А. Г. Социальные сети: модели информационного влияния, управления и противоборства : [16+] / А. Г. Чхартишвили, Д. А. Губанов, Д. А. Новиков ; Российская Академия Наук, Институт проблем управления. – Москва : Физматлит, 2010. – 228 с. : ил., табл., схем. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=82767> (дата обращения: 18.07.2021). – ISBN 978-594052-194-5. – Текст : электронный.

Дополнительная литература

1. Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: массовые коммуникации и медиапланирование / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин ; под общ. ред. Ф. И. Шаркова. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 486 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=112200> (дата обращения: 18.07.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-394-01185-6. – Текст : электронный.

2. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова. – Москва : Прогресс-Традиция, 2017. – 578 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543> (дата обращения: 18.07.2021). – Библиогр. в кн. – ISBN 978-5-89826-496-3. – Текст : электронный.

3. Патаракин, Е. Д. Сетевые сообщества и обучение / Е. Д. Патаракин. – Москва : ПЕР СЭ, 2006. – 111 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=233335> (дата обращения: 18.07.2021). – ISBN 5-9292-0157-9. – Текст : электронный.

4. Мелькин, Н. В. Искусство продвижения сайта. Полный курс SEO: от идеи до первых клиентов : [16+] / Н. В. Мелькин, К. С. Горяев. – Москва ; Вологда : Инфра-Инженерия, 2017. – 269 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=464474> (дата обращения: 18.07.2021). – ISBN 978-5-9729-0139-5. – Текст : электронный.

6.2. Ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

В соответствии с лицензионными нормативами обеспечения библиотечно-информационными ресурсами библиотека организует индивидуальный неограниченный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет, к учебным материалам Электронно-библиотечных систем (ЭБС):

1. ЭБС «Университетская библиотека онлайн». Издательство: ООО «НексМедиа». Принадлежность сторонняя. www.biblioclub.ru. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к базовой части ЭБС.

2. ЭБС «Издательство Планета музыки». Электронно-библиотечная система ООО «Издательство ПЛАНЕТА МУЗЫКИ». Принадлежность сторонняя. www.e.lanbook.com. Количество ключей (пользователей): 100% on-line. Характеристики библиотечного фонда, доступ к которому предоставляется договором: доступ к коллекциям: «Музыка и театр», «Балет. Танец. Хореография».

3. БД Электронная Система «Культура». База Данных Электронная Система «Культура». Принадлежность сторонняя. <http://www.e-mcfr.ru>.

4. Web ИРБИС Хабаровский государственный институт искусств и культуры (электронный каталог). Международная ассоциация пользователей и разработчиков электронных библиотек и новых информационных технологий (ассоциация ЭБНИТ). Принадлежность сторонняя. <http://irbis.hgiik.ru>.

5. eLIBRARY.ru – Научная электронная библиотека. ООО Научная электронная библиотека. Принадлежность сторонняя. <http://elibrary.ru/> Лицензионное соглашение № 13863 от 03.10.2013 г. – бессрочно.

6. Электронно-библиотечная система ФГБОУ ВО «ХГИК». ФГБОУ ВО «ХГИК». Принадлежность собственная. Локальный доступ. <http://carta.hgiik.ru>. Приказ по Институту № 213-об от 07.10.2013 г.

7. Единое окно доступа к образовательным ресурсам. Электронная библиотека. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика», Министерство образования и науки РФ. Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://window.edu.ru>

8. Единая коллекция Цифровых Образовательных Ресурсов. ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://school-collection.edu.ru>

9. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов. Федеральный центр информационно-образовательных ресурсов, ФГАУ ГНИИ ИТТ «Информика». Принадлежность сторонняя. Свободный доступ. <http://fcior.edu.ru>

6.3. Информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Программно-информационное обеспечение учебного процесса соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения групповых практических занятий и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации используется следующее программное обеспечение:

– лицензионное проприетарное программное обеспечение:

1. Microsoft Windows
2. Microsoft Office (в состав пакета входят: Word, Excel, PowerPoint, FrontPage, Access)
3. Adobe Creative Suite 6 Master Collection (в состав пакета входят: Photoshop CS6 Extended, Illustrator CS6, InDesign CS6, Acrobat X Pro, Dreamweaver CS6, Flash Professional CS6, Flash Builder 4.6 Premium Edition, Dreamweaver CS6, Fireworks CS6, Adobe Premiere Pro CS6, After Effects CS6, Adobe Audition CS6, SpeedGrade CS6, Prelude CS6, Encore CS6, Bridge CS6, Media Encoder CS6);

– свободно распространяемое программное обеспечение:

1. набор офисных программ Libre Office
2. аудиопроигрыватель AIMP
3. видеопроигрыватель Windows Media Classic
4. интернет-браузер Chrome.

Для самостоятельной подготовки студентов к занятиям по дисциплине требуется обращение к программному обеспечению Microsoft Windows, Microsoft Office, в том числе для подготовки мультимедийных презентаций по темам семинаров в программе PowerPoint. Для создания конечных не редактируемых версий документа рекомендуется использовать Acrobat X Pro, входящий в состав пакета Adobe Creative Suite 6 Master Collection.

При изучении дисциплины обучающиеся имеют возможность использования информационно-справочных систем «Культура» и «Гарант», также реферативных и библиометрических баз данных рецензируемой литературы Web of Science и Scopus, в соответствии с заключенными договорами.

На всех компьютерах в институте установлено лицензионное антивирусное программное обеспечение Kaspersky Endpoint Security.

Необходимым условием информационной безопасности института является обязательная проверка на наличие вирусов внешних носителей перед их использованием с помощью Kaspersky Endpoint Security.

Перечисленное программное обеспечение обновляется по мере выхода новых версий программ в рамках соответствующих лицензий и соглашений.

6.4. Материально-техническое обеспечение

Материально-техническое обеспечение реализуемой дисциплины соответствует требованиям федерального государственного образовательного стандарта.

Для проведения групповых практических занятий и консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации в учебном процессе активно используются следующие специальные помещения:

- лингафонный кабинет иностранного языка для проведения практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации (203а), оборудованная мобильным лингафонным кабинетом Диалог-М (в комплекте с программным обеспечением); мультимедийными презентационными комплексами в составе интерактивного ультракороткофокусного проектора Epson EB-475WI и проектора Epson EB-X18, активной акустической системы, персонального компьютера, телевизор, столы, стулья, столы письменные для преподавателей, доски настенные, аудиторные.

- учебные аудитории 203б, 207, 211, 215а для проведения занятий практического типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, оснащенные мультимедийным презентационным комплексом в составе интерактивного ультракороткофокусного проектора Epson EB-475WI и проектора Epson EB-X18, активной акустической системы, персонального компьютера; столов, стульев, стола письменного для преподавателей, доски настенной, аудиторной.

Для самостоятельной работы студентов предназначены:

- ауд. 209 (читальный зал библиотеки с подключением к сети «Интернет» и доступом в электронную информационно-образовательную среду вуза) оборудованная мультимедийными презентационными комплексами в составе проектора, активной акустической системы, персонального компьютера, а также телевизор, столы, стулья, столы письменные для преподавателей, доски настенные, аудиторные.

При необходимости в учебном процессе используются комплекты переносных демонстрационных комплексов (ноутбук, проектор, экран).

Все компьютеры Института объединены в локальную сеть, с каждого из них возможен выход в глобальную сеть Интернет. Институт использует выделенный канал со скоростью 10 Мб/с. Для студентов имеется возможность выхода в сеть Интернет с мобильных устройств посредством сети WiFi, которая установлена в читальном зале Института.

7. ВОСПИТАТЕЛЬНАЯ РАБОТА

Воспитание обучающихся при освоении ими основных профессиональных образовательных программ (далее – ОПОП) осуществляется на основе рабочей программы воспитания и календарного плана воспитательной работы, включаемых в ОПОП.

Цель воспитательной работы – создание условий для активной жизнедеятельности обучающихся, их гражданского самоопределения, профессионального становления и индивидуально-личностной самореализации в созидательной деятельности для удовлетворения потребностей в нравственном, культурном, интеллектуальном, социальном и профессиональном развитии.

Задачи воспитательной работы: развитие мировоззрения и актуализация системы базовых ценностей личности, приобщение к общечеловеческим нормам морали, национальным устоям и академическим традициям; воспитание уважения к закону, нормам коллективной жизни, развитие гражданской и социальной ответственности; воспитание положительного отношения к труду, формирование культуры и этики профессионального общения; формирование личностных качеств, необходимых для эффективной профессиональной деятельности; воспитание внутренней потребности личности в здоровом образе жизни, ответственного отношения к природной и социокультурной среде; повышение уровня культуры безопасного поведения.

Особенности и традиции Института обуславливают следующие основные направления воспитательной работы: патриотическое, гражданское, духовно-нравственное, культурно-творческое, научно-образовательное, профессионально-трудовое, волонтерское (добровольческое), экологическое, физическое. Виды деятельности обучающихся в воспитательной системе образовательной организации: проектная деятельность (как коллективное творческое дело), волонтерская деятельность, учебно-исследовательская и научно-исследовательская деятельность, досуговая, творческая и социально-культурная деятельность и др.

Воспитательный потенциал учебно-исследовательской и научно-исследовательской деятельности реализуется в процессе развития исследовательской компетентности обучающихся на протяжении всего срока их обучения в Институте. Результаты студенческой научно-исследовательской деятельности проходят апробацию в рамках научных и научно-практических конференций различного уровня, в т.ч. конференций, организованных Институте.

Социально-культурная и творческая деятельность обучающихся реализуется при организации и проведении значимых событий и мероприятий гражданско-патриотической, научно-исследовательской, социокультурной и физкультурно-спортивной направленности. Виды творческой деятельности обучающихся в Институте: музыкальное

творчество, хореографическое творчество, театральное творчество, научное творчество, медиапроекты и др.

Волонтерская деятельность обучающихся – широкий круг направлений созидательной деятельности, включающий различные формы гражданского участия. По инициативе обучающихся и при их активном участии в Институте осуществляет свою деятельность добровольческий отряд «Мы».

Реализацию Рабочей программы воспитания помогает обеспечивать взаимодействие с различными социальными институтами, субъектами воспитания. Особое значение для воспитательного процесса имеет организация практической деятельности обучающихся с целью развития профессиональных компетенций в условиях Института и профильных учреждений и организаций.

8. ОСОБЕННОСТИ ОБУЧЕНИЯ ИНВАЛИДОВ И ЛИЦ С ОГРАНИЧЕННЫМИ ВОЗМОЖНОСТЯМИ ЗДОРОВЬЯ (ОВЗ)

В процессе изучения дисциплины и осуществления процедур текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья применяются адаптированные формы обучения с учетом индивидуальных психофизиологических особенностей.

Обучение лиц с ограниченными возможностями и инвалидов организуется как совместно с другими обучающимися на лекционных и практических занятиях, так и по индивидуальному учебному плану. Во время приемной кампании, а также во время сдачи различных форм промежуточной и государственной итоговой аттестации в Институте созданы необходимые условия для оказания технической помощи инвалидам и лицам с ограниченными возможностями здоровья (при необходимости может быть допущено присутствие в аудитории ассистентов, сопровождающих лиц, собаки-поводыря и т.п.).

Обучающиеся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья, при необходимости, могут быть обеспечены электронными и печатными образовательными ресурсами с учетом их индивидуальных потребностей. Для реализации доступной среды при необходимости в учебном процессе могут быть задействованы документ-камера для увеличения текстовых фрагментов и изображений (для лиц с нарушениями зрения) и переносная индукционная система для слабослышащих «Исток» А2 со встроенным плеером – звуковым информатором.

ЭБС «Университетская библиотека онлайн» предоставляет обучающимся с ОВЗ (по зрению) ряд возможностей для обеспечения эффективности процесса обучения. При чтении масштаб страницы сайта можно увеличить с помощью специального значка на главной странице. Можно использовать полноэкранный режим отображения книги или

включить озвучивание непосредственно с сайта при помощи программ экранного доступа (например, Jaws , «Balabolka»). Скачиваемые фрагменты в формате pdf, имеющие высокое качество, могут использоваться тифлопрограммами для голосового озвучивания текстов, могут быть загружены в тифлоплееры, а также скопированы на любое устройство для комфортного чтения.

Сервис ЭБС «Цитатник» помогает пользователю извлечь цитату и автоматически формирует корректную библиографическую ссылку, что особенно актуально для лиц с ограниченными возможностями и облегчает процесс написания курсовой или выпускной квалификационной работы.

Для подготовки к занятиям обучающиеся с ОВЗ (по зрению) могут использовать мобильное приложение ЭБС «Лань», предназначенное для озвучивания текста книги. Режим доступа: электронный, приложение скачивается обучающимся самостоятельно с сайта e.lanbook.ru, необходимое условие: быть зарегистрированным в ЭБС «Лань». Используется свободно распространяемая программа экранного доступа Nvda.

Подробнее об организации доступной среды см. соответствующий раздел основной профессиональной образовательной программы.