

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**

Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

**Комплект рабочих программ дисциплин (модулей)  
по основной профессиональной образовательной программе высшего  
образования**

Направление подготовки:  
**42.04.05 Медиакоммуникации**

---

Направленность (профиль):  
**Цифровые медиакоммуникации**

---

Форма обучения:  
**очная**

---

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Форматы цифровых медиа и сторителлинг

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025



Тема 1. Форматы цифровых медиа и их отличие от классических.	2	2							22	Практикум по решению задач / 20;
Тема 2. сторителлинг в современных медиакоммуникациях	2	2							22	Практикум по решению задач / 20;
Тема 3. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.	2	4							22	Практикум по решению задач / 20;
Тема 4. Текстовые и аудиовизуальные элементы в сторителлинге.	2	4							22	Практикум по решению задач / 20;
Всего в семестре, час	8 из 8	12							88 из 88	100 (ТКУ+ПА)
		12 из 12								
Итоговый контроль	Зачет									
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108									

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Форматы цифровых медиа и их отличие от классических.**

Медиадискурс. Жанры и форматы медиа, появившиеся с развитием интернета. Трансформация классических жанров: репортажи, аналитические статьи, фельетоны, новости, статьи и т.д. Развитие и основные принципы инфостилия. Сторителлинг.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Развитие и основные принципы инфостилия.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму.

#### **Ссылки:**

[https://www.youtube.com/watch?v=Tmv8rCd\\_NiA&ab\\_channel=IKEASingapore](https://www.youtube.com/watch?v=Tmv8rCd_NiA&ab_channel=IKEASingapore)

<https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-v-marketingovyh-kommunikatsiyah>

### **Тема 2. Сторителлинг в современных медиакоммуникациях**

Цифровая культура и цифровой контент. Многоканальное потребление. Геймификация контента. Интерактивные среды. Баннерная слепота и блокировка рекламы. Истории в блоге корпоративной компании. Сторителлинг в рекламных роликах. Истории в имиджевых проектах и брендинге.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Истории в блоге корпоративной компании. Сторителлинг в рекламных роликах. Истории в имиджевых проектах и брендинге.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

#### **Ссылки:**

[https://www.youtube.com/watch?v=47WWytrYtDw&ab\\_channel=dovemencareus](https://www.youtube.com/watch?v=47WWytrYtDw&ab_channel=dovemencareus)

### **Тема 3. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.**

Законы построения истории. Шесть ступеней структуры сюжета М. Хейга. Основные компоненты нарратива: герой (герои), сюжет, контекст, конфликт, перемены, ключевые переживания. Эмоциональные ценности, передаваемые при помощи сторителлинга. Продающая функция нарратива. Этапы, преодолеваемые героем истории: событие, задача, поиск информации, решение, действие, провал, эмоциональная оттяжка, сбор информации, действие, победа или поражение. Восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки. Архитепические сюжеты. Принцип «хэппи-энда».

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки. Архитепические сюжеты. Принцип «хэппи-энда».

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

**Ссылки:**

[https://www.youtube.com/watch?v=6Ht2Vvr4nio&ab\\_channel=TheDrum](https://www.youtube.com/watch?v=6Ht2Vvr4nio&ab_channel=TheDrum)

<https://cyberleninka.ru/article/n/storitelling-kak-novaya-mediatehnologiya>

**Тема 4. Текстовые и аудиовизуальные элементы в сторителлинге.**

Производство и организация контента: текст, фото, интерактивные элементы. Таймлайны, интерактивные карты, мини-игры, инфографика. Инструменты для создания историй. Нейросети: текстовые и графические. Семиотика. Сторителлинг в видео. Различие с кинематографическими приемами. Техническое обеспечение для создания аудио- и видео-контента. Влияние аудио на передачу эмоций и морали истории аудитории. Продающий аудиовизуальный сторителлинг.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Нейросети: текстовые и графические.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

**Ссылки:**

<https://habr.com/ru/companies/megafon/articles/235347/>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Основная литература**

Дзялошинский, И. М. Информационно-коммуникационный универсум как система матриц текстовой деятельности: создание, восприятие и понимание медиатекстов : учебное пособие / И. М. Дзялошинский. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2021. — 649 с. — ISBN 978-5-4497-0952-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/103441.html>

**Дополнительная литература**

- Олешко Е.В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Олешко Е.В.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-1470-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68341.html>
- Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. — Москва : Аспект Пресс, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139682.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Пример аудиовизуального сторителлинга ИКЕА [https://www.youtube.com/watch?v=Tmv8rCd\\_NiA&ab\\_channel=IKEASingapore](https://www.youtube.com/watch?v=Tmv8rCd_NiA&ab_channel=IKEASingapore)
2. Пример аудиовизуального сторителлинга Dove [https://www.youtube.com/watch?v=47WWytrYtDw&ab\\_channel=dovemencareus](https://www.youtube.com/watch?v=47WWytrYtDw&ab_channel=dovemencareus)
3. Пример AR-сторителлинга Coca-Cola [https://www.youtube.com/watch?v=6Ht2Vvr4nio&ab\\_channel=TheDrum](https://www.youtube.com/watch?v=6Ht2Vvr4nio&ab_channel=TheDrum)

4. Пример текстового сторителлинга МегаФон <https://habr.com/ru/companies/megafon/articles/235347/>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета
3. Пример AR-сторителлинга Coca-Cola [https://www.youtube.com/watch?v=6Ht2Vvr4nio&ab\\_channel=TheDrum](https://www.youtube.com/watch?v=6Ht2Vvr4nio&ab_channel=TheDrum)
4. Пример текстового сторителлинга МегаФон <https://habr.com/ru/companies/megafon/articles/235347/>

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Текущий контроль успеваемости оценивается за практикумы по решению задач, Промежуточный контроль успеваемости проходит в виде экзамена

#### **Оценочные средства:**

Отчет по практикуму

14-20 — практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.

7-14 — практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм выполнения задания.

17 — практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.

0 — практикум не выполнен.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

**Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

**-50 и более (зачтено)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 50 (незачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

**Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

*Практикум по решению задач. Тема 1. Форматы цифровых медиа и их отличие от классических.*

**Практикум № 1.**

Создание медиатекста для одного из форматов новых медиа (на выбор учащегося) с соблюдением правил инфостилля.

*Практикум по решению задач. Тема 2. сторителлинг в современных медиакоммуникациях*

**Практикум № 2.**

Создание концепции продающего нарратива для существующего бренда. Подбор референсов.

*Практикум по решению задач. Тема 3. Основные элементы истории. Принципы построения нарратива.*

**Практикум № 3.**

Создание медиатекста в жанре сторителлинг согласно концепции, сформированной в Практикуме №2.

*Практикум по решению задач. Тема 4. Текстовые и аудиовизуальные элементы в сторителлинге.*

**Практикум № 4.**

Подбор графических элементов для медиатекста, созданного в Практикуме № 3. Использование графических нейросетей.

**Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена**

**Задания 1 типа**

Описание условий задачи

1. Роль внутреннего конфликта героя в создании истории.
2. Как в структуре развития сюжета соотносятся желание, цель и потребность героя?
3. Специфика цифрового контента.
4. Как изменился контент и формы его потребления в современном обществе?
5. Сторителлинг и медиаориентированная культура.
6. Сторителлинг в ТВ.
7. Сторителлинг в социальных медиа.
8. Требования к содержанию сторителлинга.
9. Требования к структуре сторителлинга.
10. Роль заголовка в сторителлинге и его проработка.
11. Цели использования сторителлинга.
12. Тенденции развития сторителлинга.
13. Роль деталей в сторителлинге.
14. Медиадискурс: суть и определение.
15. Инфостиль: принципы, преимущества, недостатки.
16. Сторителлинг: определение, суть, преимущества, недостатки.
17. Составляющие нарратива.
18. Цифровая культура.
19. Принцип «хэппи-энда» в современной культуре.
20. Принципы создания инфографики.

21. Таймлайны и их использование в сторителлинге.
22. Аудиовизуальный сторителлинг.
23. Интерактивные элементы в нарративах.
24. ПО, используемое для создания аудиовизуальных историй.
25. Call-to-action в сторителлинге.

### **Задания 2 типа**

Описание условий задачи

1. Перечислите сервисы, с помощью которых можно создать различные истории и виды материалов в формате сторителлинга.
2. Перечислите возможные визуальные и мультимедийные элементы в сторителлинге.
3. Восемь этапов сторителлинга, по Р. Макки. Приведите пример.
4. Шесть ступеней структуры сюжета М. Хейга. Приведите пример.
5. Семиотика в романе «Имя розы». Обоснуйте ответ.
6. Архитипические сюжеты и их примеры.
7. Передача корпоративных ценностей как одна из задач сторителлинга. Приведите пример.
8. Влияние сторителлинга на мотивацию. Приведите пример.
9. Мифы и сторителлинг. Приведите пример.
10. Использование контрастов в сторителлинге. Приведите пример.
11. Вовлечение аудитории в дискуссию с помощью сторителлинга. Приведите пример.
12. Призыв к действию и продажам в сторителлинге. Приведите пример.
13. Как изменили классические жанры журналистики с появлением новых медиа. Приведите пример.
14. Геймификация и интерактивность контента с точки зрения аудитории. Приведите пример.
15. Использование сторителлинга в брендинге. Приведите пример.
16. Принципы создания героя нарратива с примерами.
17. Этапы, преодолеваемые героем истории. Приведите пример.
18. Истоки возникновения счастливых финалов для историй и их недостатки. Приведите пример.
19. Передача эмоциональных ценностей при помощи сторителлинга. Приведите пример.
20. Приведите пример использования мини-игр для бренд коммуникаций.
21. Основные принципы использования нейросетей при создании историй. Приведите пример.
22. Примеры нейросетей, подходящих для создания историй.
23. Использование кинематографических приемов в сторителлинге. Приведите пример.
24. Объясните разницу в приемах между продающим и непродávшимся сторителлингом.
25. Мораль истории в социальном сторителлинге и ее влияние на аудиторию. Приведите пример.

### **Задания 3 типа**

Описание условий задачи

#### **Задание № 1.**

Создание продающего поста в Яндекс.Дзен для бренда «Технологии Доверия» с соблюдением правил инфостиля.

#### **Задание № 2.**

Создание сценария для подкаста для бренда «Богородское».

#### **Задание № 3.**

Создание медиатекста в жанре сторителлинг для бренда «Silk Road Samarkand»

#### **Задание № 4.**

Подбор графических элементов для медиатекста с использованием графических нейросетей для бренда «Богородское».

#### **Задание № 5.**

Создание сценария аудиовизуального нарратива для бренда «Технологии Доверия».

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Научные исследования медиакоммуникации

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Научные исследования в медиа коммуникациях» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 *Медиакоммуникации*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N531.

Дисциплина «Научные исследования в медиакоммуникациях» предполагает изучение основных принципов и форм научных исследований в медиакоммуникациях и медийном ландшафте в России и за рубежом, методологию исследований, методы и технологии исследований.

Дисциплина входит в Обязательную часть Блока 1.

### **Цели изучения дисциплины:**

Целью изучения дисциплины «Научные исследования в медиакоммуникациях» является формирование у студентов теоретических знаний, навыков и компетенций по основам научных исследований, формирование представлений об особенностях проведения научных исследований в медиакоммуникациях.

### **Задачи изучения дисциплины:**

- изучение истории использования медиакоммуникаций, основных тенденций и типов медиакоммуникаций; особенностей процесса создания медиаконтента;
- формирование навыков проектирования медиаконтента;
- формирование умений управления медиакоммуникациями,
- формирование практического опыта использования инновационных и коммуникационных технологий методик продвижения бренда с использованием технологий медиакоммуникаций.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий	УК-1	УК-1.1. Знать способы анализа задачи, выделяя ее базовые составляющие; методы осуществления декомпозиции задачи	УК-1.1.1.1. - Алгоритмы и подходы к выделению базовых составляющих задачи  УК-1.1.1.2. - Принципы декомпозиции сложных систем и процессов.  УК-1.1.1.3. - Методы структуризации и классификации информации	УК-1.1.2.1. Способность выявлять ключевые элементы задачи и их взаимосвязи.  УК-1.1.2.2. Умение структурировать информацию и выделять главное.  УК-1.1.2.3. Мыслить критически	УК-1.1.3.1. - Владение методами визуализации данных (графики, таблицы, диаграммы).  УК-1.1.3.2. - Умение собирать и обрабатывать данные.  УК-1.1.3.3. - Умение использовать различные функции и возможности программного обеспечения.	Аналитический отчет
		УК-1.2. Уметь находить и критически анализировать проблемную ситуацию, необходимую для решения поставленной задачи; рассматривать различные варианты решения проблемы, оценивая их достоинства и недостатки	УК-1.2.1.1. Методики анализа проблемной ситуации  УК-1.2.1.2. Методики выработки вариантов решений  УК-1.2.1.3. Методики выбора лучшего решения	УК-1.2.2.1. Критически анализировать научную проблему  УК-1.2.2.2. Выделять плюсы и минусы различных вариантов решений  УК-1.2.2.3. Сопоставлять собранную информацию и формулировать выводы	УК-1.2.3.1. Составления отчет по проведению научной деятельности  УК-1.2.3.2. Составление визуальной и графической части в отчетах  УК-1.2.3.3. Подготовка выводов и рекомендаций	
		УК-1.3. Иметь практический опыт определения и оценки практических последствий	УК-1.3.1.1. Методики оценки практических последствий возможных	УК-1.3.2.1. Вести дискуссию  УК-1.3.2.2. Аргументировать	УК-1.3.3.1. Реализация проектов с использованием методов анализа и декомпозиции.	

		возможных решений проблемной ситуации	решений УК-1.3.1.2. Методики корректировки решений  УК-1.3.1.3. Методики подготовки доказательной базы	свою точку зрения УК-1.3.2.3. Управлять своим эмоциональным состоянием в дискуссии	УК-1.3.3.2. Коррекции ошибок и улучшения навыков.  УК-1.3.3.3. Решения научных задач	
--	--	---------------------------------------	---	--	--	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Основы научного исследования в медиакоммуникациях.	1		2						15	Аналитический отчет / 20;	
Тема 2. Сбор научной информации. Формирование теоретико-методологической базы исследования	1		2						15	Аналитический отчет / 20;	
Тема 3. Аналитико-проектная деятельность в медиакоммуникациях	1		2						15	Аналитический отчет / 20;	
Тема 4. Подготовка научных материалов по итогам проведенного научного исследования в медиакоммуникациях	1		2						15	Аналитический отчет / 30;	
Всего в семестре, час	4 из 4		8						60 из 60	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Тема 1. Основы научного исследования в медиакоммуникациях.*

Научное исследование: определение понятия, цели и задачи. Классификация научных исследований. Уровни научного исследования: фактуальный (эмпирический уровень), ментальный (теоретический уровень), вербальный (лингвистический уровень). Особенности фундаментальных, прикладных и поисковых научных исследований. Структурные компоненты теоретического познания: проблема, гипотеза и теория. Этапы научно-исследовательской работы. Выбор темы научного исследования. Общие правила формулирования научного аппарата исследования. Объект и предмет научного исследования в медиакоммуникациях. Цели и задачи исследования. Выявление и формулирование актуальности научного исследования в медиакоммуникациях. Методы и методология научных исследований в медиакоммуникациях брендинге.

#### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Классификация научных исследований.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet,

подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## ***Тема 2. Сбор научной информации. Формирование теоретико-методологической базы исследования***

Изучение медийных каналов в нишах v2b, v2c, v2g. Методики сегментирования целевой аудитории и выбор коммуникационных каналов для ЦА. Сравнительный конкурентный анализ. Сервисы для анализа конкурентов в Интернете.

Исследования медиаканалов на уровне обещания бренда: традиционные, а также Интернет и digital реклама, pr, публицити, события, корпоративные коммуникации, стандарты коммуникации. Исследования медиаканалов бренда на уровне выполнения обещания: продажи, стандарты обслуживания, HR, компенсация и мотивация, совершенствование продукта.

Организация и проведение проектных работ. Разработка показателей для определения результативности выбранных медиаканалов. Этап внедрения как доказательство практической значимости исследования.

Визуализация материалов научного исследования в медиакommunikациях.

### ***Формы контроля:***

Аналитический отчет

### ***Вопросы для самостоятельного изучения:***

Сравнительный конкурентный анализ. Сервисы для анализа конкурентов в Интернете.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet,

подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## ***Тема 3. Аналитико-проектная деятельность в медиакommunikациях***

Изучение медийных каналов в нишах v2b, v2c, v2g. Методики сегментирования целевой аудитории и выбор коммуникационных каналов для ЦА. Сравнительный конкурентный анализ. Сервисы для анализа конкурентов в Интернете.

Исследования медиаканалов на уровне обещания бренда: традиционные, а также Интернет и digital реклама, pr, публицити, события, корпоративные коммуникации, стандарты коммуникации. Исследования медиаканалов бренда на уровне выполнения обещания: продажи, стандарты обслуживания, HR, компенсация и мотивация, совершенствование продукта.

Организация и проведение проектных работ. Разработка показателей для определения результативности выбранных медиаканалов. Этап внедрения как доказательство практической значимости исследования.

Визуализация материалов научного исследования в медиакommunikациях.

### ***Формы контроля:***

Аналитический отчет

### ***Вопросы для самостоятельного изучения:***

Организация и проведение проектных работ. Разработка показателей для определения результативности выбранных медиаканалов. Этап внедрения как доказательство практической значимости исследования. Визуализация материалов научного исследования в медиакommunikациях

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet,

подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## ***Тема 4. Подготовка научных материалов по итогам проведенного научного исследования в медиакommunikациях***

Научная публикация как форма представления результатов научно-исследовательской деятельности. Статья как форма научной публикации, основные типы научных статей. Выбор издания для публикации. Наукометрические базы данных: РИНЦ, Scopus Web of science. Перечень журналов рекомендованных ВАК. Системы регистрации авторов: ORCID, SPIN. Структура научной статьи: аннотация, ключевые слова, текст статьи, выводы, источники. Изучение методических рекомендаций по подготовке материалов для издания. Требования к оригинальности материалов.

Особенности подготовки тезисов доклада на научную конференцию. Подготовка презентации для выступления на научной конференции.

#### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Выбор издания для публикации. Научометрические базы данных: РИНЦ, Scopus Web of science. Перечень журналов рекомендованных ВАК. Системы регистрации авторов: ORCID, SPIN.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,  
источниками в сети Internet,  
подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

Чекушкина, Е. Н. Методология научного исследования : учебно-методическое пособие / Е. Н. Чекушкина. — Саранск : Средне-Волжский институт (филиал) ВГУЮ (РПА Минюста России), 2025. — 79 с. — ISBN 978-5-6050658-7-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/148499.html>

#### **Дополнительная литература**

1. Скляр, Е. Н. Маркетинговые исследования : практикум / Е. Н. Скляр, Г. И. Авдеенко, В. А. Алексунин. — 2-е изд. — Москва : Дашков и К, 2020. — 215 с. — ISBN 978-5-394-03602-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110952.html>
2. Дзялошинский И.М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации : учебное пособие / Дзялошинский И.М.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 477 с. — ISBN 978-5-4497-1594-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119113.html>
3. Павлова, Н. И. Основы академического письма : учебное пособие / Н. И. Павлова. — Тверь : Тверской государственный технический университет, 2023. — 84 с. — ISBN 978-5-7995-1281-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/151177.html>

#### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Альманах лаборатория рекламы: Оценка эффективности PR-деятельности критерии и методы <http://www.advlab.ru/articles/article363.htm>
2. Sostav. Интернет портал о рекламе, маркетинге и PR. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru)
3. Рекламные идеи. Российский журнал о творческом брендинге. <http://www.advi.ru>
4. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. Новости, интервью с ведущими специалистами, отраслевые рейтинги, статьи, информация о событиях рекламного бизнеса. <https://adindex.ru/>
5. Rusability . Платформа для развития маркетологов. Регулярно выходят новости и статьи, освещаются курсы по digital, бизнесу и менеджменту, аналитике. <https://rusability.ru/articles>
6. Лайкни – интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге: кейсы, мастер-классы, интервью с признанными экспертами отрасли. <https://www.likeni.ru/>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)

2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)

4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)

3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Зачет

#### **Оценочные средства:**

Аналитический отчет, зачет.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-3 балла

Задание 2: 0-3 балла

Задание 3: 0-4 балла

**-70 и более** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-Менее 70** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

### **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

*Аналитический отчет. Тема 1. Основы научного исследования в медиакоммуникациях.*

- Сформулировать аргументы по выбору бренда для научного исследования его медиакommunikаций.
- На базе предоставленного конструктора, сформулировать тему научного исследования в медиакommunikациях.
- В ходе дискуссии обосновать выбор темы научного исследования, ответить на вопросы.
- Составить план исследования в брендинге.
- Сформулировать научный аппарат исследования (объект, предмет, цель и задачи).
- Обосновать актуальность научного исследования в брендинге
- Сформулировать гипотезу научного исследования в брендинге

Формат: Word. Объем – 2-3 листа А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

***Аналитический отчет. Тема 2. Сбор научной информации. Формирование теоретико-методологической базы исследования***

- Освоение поиска научной литературы в Сети Интернет.
- Апробация оформления библиографических ссылок по ГОСТ.
- Составить список источников к разработанному в ходе изучения темы №1 плану научного исследования.
- В каждом источнике определить цитаты и дефиниции, которые целесообразно использовать в научном исследовании.

Формат отчета: Word. Объем – 2-3 листа А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

***Аналитический отчет. Тема 3. Аналитико-проектная деятельность в медиакommunikациях***

- Определить методики для аналитической части научного исследования.
- В ходе дискуссии обосновать выбор методик.
- Применить на практике одну из методик, выбранных в ходе выполнения лабораторного практикума к теме №3.
- Представить описание выбранной методики.
- Провести исследование с применением методики.
- Данные визуализировать, составить графики.
- Сформулировать комментарии и выводы.

Формат отчета: Word/Excel. Объем – 3-4 листа А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

***Аналитический отчет. Тема 4. Подготовка научных материалов по итогам проведенного научного исследования в медиакommunikациях***

Этап 1

- Подготовить научную статью по итогам проведенного научного исследования (формат отчета - Word, ориентироваться на требования издания).
- Зарегистрироваться в ORCID, SPIN, указать в статье присвоенный регистрационный номер.

Этап 2

- Используя материалы научной статьи, подготовить тезисы доклада для выступления на научной конференции.
- Формат отчета: Word. Объем – 1-2 листа А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

- Подготовить презентацию для выступления на научной конференции в шаблоне «Синергии». Формат отчета: Power point 10-15 слайдов. Первые два слайда – тема и научный аппарат исследования. Далее результаты исследования с иллюстрациями, графиками, комментариями и выводами.

**Возможные темы научных статей по медиакommunikациям:**

1. Сравнительный анализ контента социальных сетей бренда...
2. Результаты исследования реакций целевой аудитории на посты в медиаканалах А и В ....
3. Сравнение транслируемых в социальных сетях имиджей в персональном брендинге (или брендов товаров/услуг/компаний) на примере...
4. Применение SNW-анализа при изучении медиаимиджа компании на примере...
5. Изучение репутации бренда на примере...
6. Сравнительный конкурентный анализ событийного имиджа брендов в медиакommunikационных каналах на примере...
7. Изучение медийных каналов личного бренда руководителя на примере....
8. Применение ... (методику студент указывает сам) для (чего? с какой целью?)..... при изучении медиаканалов (каких?) бренда ....(какого?).

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

***Задания 1 типа***

1. Медиакоммуникации: история возникновения и основные понятия. Функции и задачи медиакоммуникаций.
2. Анализ способа постановки задач.
3. Сегментирование целевой аудитории: наиболее распространенные сегменты.
4. Стратегическое планирование медиакоммуникаций.
5. Особенности управления медиакоммуникаций на различных этапах жизненного цикла бренда.
6. Понятия визуальная коммуникация. Модель визуальной коммуникации.
7. Носители визуальной коммуникации бренда.
8. Разделение понятия фирменный стиль и визуальная система бренда.
9. Особенности восприятия визуальных коммуникаций бренда потребителями.
10. Дизайн-стратегия в медиакоммуникациях.
11. Планирование, организация и осуществление медиакоммуникационных кампаний при выводе бренда на рынок.
12. Медиакоммуникационные кампании при выходе бренда на новые национальные рынки.
13. Ребрендинг и изменение стратегии в медиаканалах.
14. Медиакоммуникации в партизанском маркетинге.
15. Нестандартные методы продвижения бренда с использованием Интернет каналов.
16. Продвижение бренда через социальные сети.
17. Вирусная реклама в сети интернет: продвижение бренда в молодежной аудитории.
18. Принципы аудита медиаканалов бренда.
19. Анализ эффективности медиаконтактов между брендом и потребителем.
20. Функциональное измерение бренда по Т. Гэду.
21. Варианты расширения бренда за счет работы в различных медиаканалах.
22. Омникабельность в медиакоммуникациях
23. Подготовка аналитической статьи по итогам исследования
24. Подготовка обзорной статьи по итогам исследования
25. Подготовка тезисов на научную конференцию

### **Задания 2 типа**

1. Какие методы научных исследований применяются в медиакоммуникациях?
2. Как влияют социальные сети на формирование общественного мнения?
3. Какие проблемы могут возникнуть при проведении исследований в области медиакоммуникаций?
4. Каковы основные цели и задачи научных исследований в медиакоммуникациях?
5. Какие технологии используются для анализа больших данных в медиакоммуникациях?
6. Как меняется роль журналистики в современном обществе благодаря новым технологиям?
7. Какие тенденции наблюдаются в развитии медиатехнологий и их влияния на общество?
8. Какие новые подходы к анализу аудитории появились в последние годы?
9. Как научные исследования помогают улучшить качество контента в медиаиндустрии?
10. Какие этические аспекты необходимо учитывать при проведении исследований в медиакоммуникациях?
11. Как анализируется контент СМИ?
12. Каковы основные подходы к изучению медиа?
13. Какие научные теории применяются в медиаисследованиях?
14. Как медиа влияют на формирование культурных ценностей?
15. Как исследователи оценивают эффективность рекламы?
16. Как происходит процесс сбора данных в медиаисследованиях?
17. Как научные исследования могут способствовать улучшению качества контента в медиа?
18. Раскройте особенности проведения анализа тональности публикаций в СМИ.
19. Раскройте особенности проведения текстуального анализа публикаций в СМИ.
20. Раскройте особенности проведения социального анализа публикаций в СМИ.

### **Вопросы 3 типа**

1. Предложите стратегию продвижения бренда одежды на страницах Дзен.
2. Предложите стратегию продвижения ювелирного бренда в Rutube.
3. Предложите стратегию продвижения персонального бренда в СМИ.
4. Предложите стратегию вывода продуктового бренда в социальных сетях.
5. Предложите стратегию продвижения автомобильного бренда в Яндекс.
6. Предложите медиаканалы для продвижения обувного бренда. Составьте стратегию продвижения.
7. Предложите медиаканалы для продвижения бренда Школы английского языка. Составьте стратегию продвижения.
8. Предложите медиаканалы для продвижения бренда детского клуба. Составьте стратегию продвижения.

9. Предложите медиаканалы для продвижения консалтингового бренда. Составьте стратегию продвижения.
10. Разработайте программу исследования медиакommunikаций предложенного бренда, используя инновационные методы

## **Университет «Синергия»**

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### **Рабочая программа дисциплины**

#### **Тренды мировой и национальной экономики**

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

**Москва 2025**

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Тренды мировой и национальной экономики» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 531

### Цели изучения дисциплины:

формирование у обучающихся совокупности теоретических и практических навыков исследования трендов современного состояния мировой и национальной экономики.

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в обязательную часть Блока 1.

Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

### Задачи изучения дисциплины:

обеспечить знаниями о специфике мирового хозяйства, о процессах и тенденциях развития мировой экономики, о внешней среде международного бизнеса, о глобальных проблемах мирового сообщества;

- определить понятийный аппарат, используемый для анализа и оценки деятельности основных субъектов мировой и национальной экономики;

- научить владению терминологией, используемой при изучении мировой и национальной экономики, умению логично и грамотно оперировать понятиями, факторами и теоретическими позициями, присущими мировым экономическим процессам;

- сформировать навыки использования методов экономического и статистического анализа для оценки основных тенденций развития мировой и национальной экономики и деятельности ее субъектов;

- научить осуществлять поиск и анализ информационных данных по деятельности хозяйствующих субъектов на национальном и мировых рынках; использовать источники экономической, социальной, управленческой информации для анализа экономических процессов, выявления проблем и определения способов их решения

- сформировать навыки подготовки и оформления информационно-аналитических обзоров и отчетов по состоянию и развитию мировых рынков; навыками использования современных технических средств и информационных технологий при решении исследовательских и аналитических задач

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиа-текстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	ОПК-2	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов	ОПК-2.1.1.1. особенности состояния и динамики мировой и национальной экономики как среды взаимодействия общественных и государственных институтов на современном этапе	ОПК-2.1.2.1. находить, анализировать и обобщать статистическую и фактологическую информацию, о состоянии и динамике мировой и национальной экономики	ОПК-2.1.3.1. использования результатов обобщения статистической и фактологической информации, о состоянии и динамике мировой и национальной экономики в профессиональной деятельности	Эссе Кейсы/ Ситуационный практикум
		ОПК-2.1.1.2. особенности состояния современной мировой и национальной экономики как среды взаимодействия общественных и государственных институтов на современном этапе	ОПК-2.1.1.2. особенности состояния современной мировой и национальной экономики как среды взаимодействия общественных и государственных институтов на современном этапе			
		ОПК-2.2. Анализирует основные тенденции развития общественных и государственных институтов и	ОПК-2.2.1.1. тенденции динамики современной мировой и национального хозяйства в условиях	ОПК-2.2.2.1. подготавливать информационно-аналитических обзоры о состоянии и динамике развития	ОПК-2.2.3.1. подготовки и оформления информационно-аналитических обзоров о состоянии и	

		использует результаты анализа при создании текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов	цифровой экономики , основные отечественные и зарубежные источники информации для поиска соответствующих данных	мировой и национальной экономик с использованием современных технических средств и информационных технологий	динамике развития мировой и национальной экономик с использованием современных технических средств и информационных технологий
--	--	---	---	--	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Цифровая трансформация мировой экономики	4									60	Эссе / 20;
Тема 2. Основные тренды мировой экономики на современном этапе											Кейсы/ Ситуационный практикум / 20;
Тема 3. Современные тенденции развития экономики России.											Кейсы/ Ситуационный практикум / 20;
Всего в семестре, час	4 из 4									60 из 60	100 (ТКУ+ПА)
		8 из 8									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### **Тема 1. Цифровая трансформация мировой экономики**

Этапы технологического развития. Четвертая промышленная революция и современная глобализация. Информационные технологии как основа цифровой трансформации экономики. Влияние цифровой экономики на участников рынка (потребителей, производителей, посредников). Характеристики и тренды мировой цифровой экономики в 2000-2025 гг. Группы стран по уровню развития цифровой экономики. Усиление технологического разрыва между странами. Прогнозы развития мировой цифровой экономики 2050. Современные подходы к пониманию цифровизации и цифровых трансформаций. Изменения на рынках труда и капитала в условиях цифровой экономики. Понятия цифрового и креативного капитала. Компетенции кадров в цифровой экономике. Появление новых профессий, изменение структуры рынка труда

#### **Формы контроля:**

Эссе

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Появление новых профессий, изменение структуры рынка труда.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС и источники в сети Internet

#### **Ссылки:**

1. Цифровизация экономики: мир, Россия, регионы / И. В. Митро-фанова, И. А. Рябова, О. В. Фетисова и др. – М.; Берлин: Директ-Медиа, 2019. – 73с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570917> – Текст: электронный.

#### **Тема 2. Основные тренды мировой экономики на современном этапе**

Усиление тенденции глобализации в развитии современной мировой экономики. Деглобализация и фрагментация и их влияние на современные международные интеграционные процессы. Усиление роли Китая и стран БРИКС в мировой экономике. Проблемы и направления международной торговли. Торговые войны. Деформация международных отношений в сфере торговли под влиянием экономических санкций. Влияние на МДК коронакризиса, экономических санкций против России. Решоринг или офшоринг: как меняется мировое производство в глобальных цепочках стоимости. Валютные отношения в условиях формирования многополярного мира. Проблема внешнего долга в современной мировой экономике. Особенности современных миграционных процессов на международном рынке рабочей силы.

**Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Особенности современных миграционных процессов на международном рынке рабочей силы.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС и источники в сети Internet

**Тема 3. Современные тенденции развития экономики России.**

Общая оценка состояния экономики России в период после 2022гг. Место современной России в мировой экономике. Влияние экономические экономических санкций на экономику России. Импортзамещение: достижения и проблемы. Изменение структуры национального хозяйства РФ. Инфляционные процессы и монетарная политика ЦБ на современном этапе. Проблемы ограниченности экономических ресурсов. Формирование нового среднего класса. Товарная и географическая структура внешней торговли РФ. Параллельный импорт. Редомициляция российских компаний. БРИКС и участие РФ в современных интеграционных процессах. Экономическая цифровизация и переход к развитию «Индустрии 4.0» как стимул формирования глобальной конкурентоспособности РФ. Отраслевое развитие цифровой экономики в России

**Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Экономическая цифровизация и переход к развитию «Индустрии 4.0» как стимул формирования глобальной конкурентоспособности РФ. Отраслевое развитие цифровой экономики в России

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС и источники в сети Internet

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Пашковская М.В. Мировая экономика : учебник / Пашковская М.В., Господарик Ю.П.. — Москва : Московский финансово-промышленный университет «Синергия», 2012. — 528 с. — ISBN 978-5-4257-0073-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/17026.html>

**Дополнительная литература**

1. Ковалев Д.В. Цифровая экономика : учебник / Ковалев Д.В., Маслокурова Е.В., Никитаева А.Ю.. — Ростов-на-Дону, Таганрог : Издательство Южного федерального университета, 2022. — 190 с. — ISBN 978-5-9275-3988-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123934.html>
2. Кузовкова, Т. А. Основы цифровой экономики : учебное пособие для бакалавров / Т. А. Кузовкова, О. И. Шаравова. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 128 с. — ISBN 978-5-4497-1556-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/118881.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook>)
2. Министерство финансов РФ <http://www.minfin.ru/ru/>

3. Министерство экономического развития РФ <http://www.economy.gov.ru/>
4. Федеральная служба государственной статистики <http://www.gks.ru>
5. Доклад ЮНКТАД о цифровой экономике - 2019 [https://unctad.org/system/files/official-document/der2019\\_overview\\_ru.pdf](https://unctad.org/system/files/official-document/der2019_overview_ru.pdf)
6. Официальный сайт Всемирного банка <https://www.worldbank.org>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета.

#### **Оценочные средства:**

##### **Суммарное количество баллов ТКУ+ПА**

-90 и более (зачтено) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

-70 и более (зачтено)– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

-50 и более (зачтено)– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

-Менее 50 (не зачтено)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

#### **Процедура оценивания:**

### Суммарное количество баллов ТКУ+ПА

-90 и более (зачтено) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

-70 и более (зачтено)– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

-50 и более (зачтено)– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

-Менее 50 (не зачтено)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

### Шкала и критерии оценки, балл:

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0- 20 баллов

## Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

### Эссе. Тема 1. Цифровая трансформация мировой экономики

Темы эссе:

1. Базовые принципы, технологии, признаки и риски Индустрии 4.0.
2. Потенциальные выгоды от внедрения технологий Индустрия 4.0.
3. Прогнозные значения эффектов от внедрения технологий Индустрии 4.0 в России.
4. Четвертая промышленная революция и информационная глобализация.
5. Становление цифровой экономики: цифровые "волны".
6. Институциональная среда для цифровой экономики.
7. Электронный бизнес как базовый институт информационной экономики.
8. Предпринимательство как институт информационной экономики.
9. Изменение характера конкуренции в условиях цифровой экономики.
10. Изменение характера потребления в условиях цифровой экономики.

### Кейсы/Ситуационный практикум. Тема 2. Основные тренды мировой экономики на современном этапе

Кейс. 1. Прочитайте в исследовании Россия и мир: 2024. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / рук. проекта: А.А. Дынкин, В.Г. Барановский ; отв. ред.: И.Я. Кобринская, Г.И. Мачавариани. – Москва : ИМЭМО РАН, 2023. – 124 с. в ч.1. Глобальные тренды / Экономические тренды и в ч.2 Экономика /Мировая экономика в условиях геополитической турбулентности/ Мировая валютная система.

<https://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2023/RossiaMir2024-Prognoz.pdf>

и ответьте на вопросы:

1. С какими вызовами столкнулась мировая экономика в 20-х гг. 21-го века?
2. Как описывается проблема роста глобальной задолженности стран?
3. Как Вы думаете, почему при большом государственном долге КНР демонстрирует высокие темпы экономического роста?
4. В чем причины технологической «войны» США и КНР?
5. Какова динамика мировых цен на продовольственные товары рассматриваемый период? Какими причинами она обусловлена?
6. Какие изменения происходят в настоящее время в мировой финансовой системе?

### Кейсы/Ситуационный практикум. Тема 3. Современные тенденции развития экономики России.

Прочитайте в книге Россия и мир: 2024. Экономика и внешняя политика. Ежегодный прогноз / рук. проекта: А.А. Дынкин, В.Г. Барановский ; отв. ред.: И.Я. Кобринская, Г.И. Мачавариани. – Москва : ИМЭМО РАН, 2023. – 124 с. в ч.2. Экономика / Российская экономика: преодоление санкций.

<https://www.imemo.ru/files/File/ru/publ/2023/RossiaMir2024-Prognoz.pdf>

и ответьте на вопросы:

1. Как в целом можно оценить результаты российской экономики по преодолению экономических санкций?
2. Какие изменения произошли в товарной и географической структуре внешней торговли России?
3. Каковы основные факторы риска для российской экономики в 2024 г.?

4. Как Банк России борется с инфляцией? Каковы результаты этой борьбы? Каковы причины инфляции в российской экономике?

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### Задания 1-го типа

1. Этапы технологического развития и четвертая промышленная революция.
2. Влияние цифровой экономики на участников рынка (потребителей, производителей, посредников).
3. Характеристики и тренды мировой цифровой экономики в 2000-2025 гг.
4. Усиление технологического разрыва между странами как тенденция современной цифровизации экономики.
5. Прогнозы развития мировой цифровой экономики 2050.
6. Современные подходы к пониманию цифровизации и цифровых трансформаций.
7. Тенденции изменений на рынках труда и капитала в условиях цифровой экономики.
8. Усиление тенденции глобализации в развитии современной мировой экономики.
9. Деглобализация и фрагментация и их влияние на современные международные интеграционные процессы.
10. Усиление роли Китая и стран БРИКС как тенденция развития современного мирового хозяйства.
11. Проблемы и направления международной торговли на современном этапе.
12. Деформация международных экономических отношений в сфере торговли под влиянием экономических санкций.
13. Влияние на международное движение капитала коронакризиса.
14. Влияние на международное движение капитала экономических санкций против России.
15. Оффшоринг как современная тенденция международного движения капитала.
16. Валютные отношения в условиях формирования многополярного мира.
17. Проблема внешнего долга в современной мировой экономике.
18. Проблема экономической безопасности России в условиях современных экономических санкций.
19. Политика импортозамещения в российской экономике: причины, направления и перспективы.
20. Позитивные и негативные последствия политики импортозамещения в российской экономике.
21. Причины и последствия появления нового среднего класса для российской экономики.
22. Динамика и качество экономического роста российской экономики на современном этапе.
23. Редомициляция российских компаний в условиях экономических санкций.
24. Новый средний класс в России: причины появления и влияние на экономическое развитие.
25. Причины инфляции в российской экономике в период после 2022г. и политика ЦБ.

### Задания 2-го типа

1. Объясните, почему в цифровой экономике возникает проблема открытости бизнеса?
2. Какую роль играют технологии электронной коммерции в эволюции новых рынков?
3. Цифровая экономика убивает многие традиционные сферы деятельности. Согласны ли Вы с этим утверждением? Аргументируйте свой ответ.
4. Какие модели организации e-коммерции подходят наилучшим образом под разные рыночные сегменты?
5. Структуру полной платформы цифровой экономики составляют экосистема потребителя, экосистема производителя и коммуникативное ядро. Могут ли эти элементы существовать отдельно друг от друга? Если да, приведите примеры.
6. Охарактеризуйте возможные изменения в функционировании финансовой системы под влиянием блокчейна?
7. Опишите различия между традиционным промышленным предприятием и умной фабрикой.
8. Согласны ли Вы с утверждением, что цифровая экономика - это сверх высококонкурентная среда? Аргументируйте свой ответ.
9. «Четвёртая промышленная революция» и «Индустрия 4.0» – соотношение понятий.
10. Связь между экономическими циклами и технологическими укладами.
11. Назовите и опишите факторы проявления фрагментации мировой экономики.
12. В чем разница между оттоком и бегством капитала из российской экономики после усиления экономических санкций?
13. Согласны ли Вы с утверждением, что «Цифровая экономика в значительной степени является виртуальной, неосязаемой. Но она невозможна без связи с материальным миром. Поэтому базой цифровой экономики является индустриальное развитие». Аргументируйте свой ответ.
14. Каковы причины образования нового среднего класса в России и каковы последствия этого феномена для экономики?
15. Сравните процессы редомициляции российских компаний и решоринга компаний США.
16. Каковы негативные последствия и риски цифровой трансформации мировой экономики?
17. Согласны ли Вы с утверждением, что цифровая экономика подразумевает тотальную глобализацию? Аргументируйте свой ответ.

18. Согласны ли Вы с утверждением, что цифровая экономика - это сверх высококонкурентная среда? Аргументируйте свой ответ.

19. Каковы факторы экономического роста российской экономики в период после 2022 года?

20. Назовите и опишите причины инфляции в российской экономике в период после 2022 года?

21. Почему на современном этапе глобальный внешний долг приобретает особую важность?

22. Какие глобальные изменения происходят на мировом валютном рынке?

23. Чем отличается объединение БРИКС от других интеграционных группировок?

24. Как изменилась отраслевая структура российской экономики в результате политики импортозамещения?

25. Сравните процессы редомициляции российских компаний и рещоринга в экономике США?

### **Задания 3-го типа**

1. Американские исследователи утверждают, что многие виды цифрового бизнеса, например, Uber, Airbnb и др., легко копировать. Что могут делать такие компании для создания и поддержания своих конкурентных преимуществ? Предложите один-два способа формирования конкурентных преимуществ цифровыми компаниями типа Uber.

2. Тенденция развития e-commerce ведет к тому, что бизнес отказывается от стратегии привлечения новых потребителей. С чем это связано? Какие платформы нужны в этом случае?

3. Быстрое укрепление доминирующего положения крупнейших цифровых гигантов (Google, Meta (Facebook) и др.) на рынке объясняется тремя основными факторами, один из которых сетевой эффект. Опишите его суть.

4. Эксперты Шанхайской академии социальных наук при составлении рейтинга самых конкурентоспособных цифровых экономик мира учитывают четыре фактора: цифровую индустрию, цифровые инновации, цифровое оборудование и институты цифрового управления. Назовите и опишите известные Вам цифровые инновации.

5. Для современного мирового хозяйства характерна высокая степень взаимопроникновения экономик разных стран (глобализация). Какие положительные и отрицательные последствия имеет вовлечение страны в глобализационные процессы? Какие коррективы внес (и внес ли) текущий мировой экономический кризис в понимание этой проблемы?

6. Ряд ученых-экономистов утверждают, что, несмотря на продолжающийся количественный рост показателей мировой торговли, ее роль и значимость по сравнению с другими формами международных экономических отношений снижается. Выскажите свою точку зрения по данной проблеме.

7. Согласны ли Вы с утверждением, что «Цифровая экономика в значительной степени является виртуальной, неосязаемой. Но она невозможна без связи с материальным миром. Поэтому базой цифровой экономики является индустриальное развитие». Аргументируйте свой ответ.

8. Прокомментируйте следующее высказывание «Цифровая экономика, как любой вид экономики — это ведь не абсолютное добро и не абсолютное зло. Это некоторое явление, которое обладает теми или другими свойствами». (А. Аузан)

9. Согласны ли Вы с утверждением: «Углубление автоматизации и развитие роботизации сократит количество рабочих мест невысокой квалификации: один только беспилотный транспорт оставит без работы миллионы людей. .... развитие технологий когнитивных / умных вычислений сделает ненужными значительную часть «офисного планктона». ...., расширение многообразия отраслевых цифровых платформ лишит предмета деятельности большинство компаний-посредников (в широком понимании этого слова), т.к. производитель и покупатель смогут легко находить друг друга и без проблем вступать в договорные отношения». Свой ответ аргументируйте.

10. Почему возникло напряжение на российском рынке рабочей силы в 2024 г.? К каким последствиям привел дефицит рабочей силы? Какие причины этого явления?

11. Согласны ли Вы с утверждением: «Современные технологии позволяют в ближайшем будущем создать среду высокотехнологичной цифровой платформы государственного управления, которая обеспечит минимизацию человеческого фактора, сопутствующей ему коррупции и ошибок, автоматизирует сбор статистической, налоговой и иной отчетности, обеспечит принятие решений на основе анализа реальной ситуации». Свое мнение аргументируйте.

12. Китайская экономика в настоящее время является второй экономикой мира. Однако доля юаня в международных расчетах в июле 2024 составляла всего 4,74%. Как бы Вы объяснили эту ситуацию?

13. Как Вы думаете, почему рейтинговые агентства в 2024 г. понизили кредитный рейтинг США с рейтинга AAA (макс. рейтинг кредитоспособности) до AA+ с прогнозом "негативный"?

14. Немецкий концерн Volkswagen предупредил о закрытии нерентабельных заводов в Германии, чтобы снизить резко возросшие издержки. Каковы причины снижения рентабельности компании в контексте последствий экономических санкций против России?

15. Как по Вашему мнению повлияет на экономику России введение прогрессивной шкалы налогообложения доходов физических лиц?

16. Газета Financial Times в октябре 2024 г. предупредила, что Германия сталкивается с угрозой ползучей деиндустриализации. Что это за процесс и каковы его причины?

17. Согласны ли Вы с утверждением: «Углубление автоматизации и развитие роботизации сократит количество рабочих мест невысокой квалификации: один только беспилотный транспорт оставит без работы миллионы людей. .... развитие технологий когнитивных / умных вычислений сделает ненужными значительную часть «офисного планктона». ...., расширение многообразия отраслевых цифровых платформ лишит предмета деятельности большинство компаний-посредников (в широком понимании этого слова), т.к. производитель и покупатель смогут легко находить друг друга и без проблем вступать в договорные отношения». Свой ответ аргументируйте.

18. По уровню конкурентоспособности цифровой экономики Сингапур занимает второе место в мире. Доля Сингапура в мировом ВВП 0,4% (2018). Благодаря каким преимуществам Сингапур занимает второе место в рейтинге Global Digital Economy Competitiveness Development Report (2019)?

19. Торговые войны являются стимулом или тормозом развития мировой торговли?

20. Как можно объяснить повышение темпов экономического роста в РФ на фоне усиления экономических санкций?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Практическая философия и критическое мышление

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Практическая философия и критическое мышление» составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 531. Изучение дисциплины «Практическая философия и критическое мышление» ориентировано на формирование критического мышления и познания. Данная дисциплина способствует формированию мировоззрения и ценностных установок личности, является теоретической и методологической основой для получения и осмысления знаний по другим дисциплинам. Дисциплина имеет универсальный и интегральный характер обобщающего и систематизирующего знания о явлениях природы, общества, культуры, человеческой жизни и деятельности. Дополняя и завершая любое специальное образование, дисциплина помогает сформировать необходимые предпосылки для самостоятельного поиска и осмысления научной информации.

Дисциплина входит в Обязательную часть блока 1.

## Цели изучения дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Практическая философия и критическое мышление» является формирование у обучающихся, опираясь на философские знания, способности воспринимать межкультурное разнообразие общества в этическом и философском контекстах.

## Задачи изучения дисциплины:

- ознакомление обучающихся с философским понятийно-категориальным аппаратом и философско-методологическим инструментарием; с развитием философской мысли у различных народов, основными философскими направлениями и концепциями, особенностями развития общества, местом человека в системе социальных связей современного общества, в глобализирующемся мире
- формирование умений использовать философский понятийно-категориальный аппарат, философско-методологический инструментарий и знания об основных философских направлениях и философских концепциях, о развитии философской мысли у различных народов, особенности развития общества, о месте человека в системе социальных связей современного общества, в глобализирующемся мире для осмысления межкультурного разнообразия общества
- получение практического опыта анализа философских фактов, оценки событий и явлений окружающего мира с целью восприятия межкультурного разнообразия общества и конструктивного взаимодействия с людьми в ходе осуществления предпринимательской деятельности с учетом их социокультурных особенностей, навыками толерантного восприятия социальных и культурных различий
- ознакомление обучающихся с основными понятиями и категориями этики, этическими ценностями представителей различных культур
- формирование умений оценивать факты и явления через призму этических ценностей представителей различных культур
- получение практического опыта осуществления конструктивного взаимодействия с представителями различных культур с учетом их систем этических ценностей

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен анализировать многообразие достижений отечественной и мировой культуры в процессе создания медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-3	ОПК-3.1. Демонстрирует знания этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса	ОПК-3.1.1.1. этапы и тенденции развития отечественного и мирового культурного процесса	ОПК-3.1.2.1. демонстрировать знания этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса	ОПК-3.1.3.1. анализа этапов и тенденций развития отечественного и мирового культурного процесса	Дискуссия Доклад Дидактическая игра
		ОПК-3.2. Анализирует и использует достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-3.2.1.1. методы анализа достижений отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-3.2.2.1. анализировать достижения отечественной и мировой культуры при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных	ОПК-3.2.3.1. подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов с учетом анализа достижений отечественной и мировой культуры	

				продуктов	
Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки	УК-6	УК-6.1. Знать о своих ресурсах и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы	УК-6.1.1.1. возможности ресурсов и их пределах (личностных, ситуативных, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы	УК-6.1.2.1. анализировать свои ресурсы и их пределы (личностные, ситуативный, временные и т.д.) для успешного выполнения порученной работы	УК-6.1.3.1. использования своих ресурсов и их пределов (личностных, ситуативный, временных и т.д.) для успешного выполнения порученной работы
		УК-6.2. Уметь планировать перспективные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата	УК-6.2.1.1. методы планирования перспективных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	УК-6.2.2.1. критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата	УК-6.2.3.1. планирования целей и критической оценки эффективности использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач, а также относительно полученного результата
		УК-6.3. Иметь практический опыт реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	УК-6.3.1.1. методы реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	УК-6.3.2.1. определять намеченные цели деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда	УК-6.3.3.1. реализации намеченных целей деятельности с учетом условий, средств, личностных возможностей, этапов карьерного роста, временной перспективы развития деятельности и требований рынка труда

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1												
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл	
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы						
Генезис философии: у истоков креативности и критического мышления	1	1								10	Дискуссия / 4; Доклад / 4;	
Игры разума: познание до зарождения науки.	1	1			2					10	Дидактическая игра / 12; Дискуссия / 4; Доклад / 4;	
Аргументация: истина и закон достаточного основания		1								10	Дискуссия / 4; Доклад / 4;	
Философия познания	1	1								10	Дискуссия / 4; Доклад / 4;	
Социальная философия		1								10	Дискуссия / 4; Доклад / 4;	
Человек как предмет философско-этического осмысления	1	1								10	Дискуссия / 4; Доклад / 4;	
Всего в семестре, час	4 из 4	6			2					60 из 60	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8										
Итоговый контроль	Зачет											

Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72	
--	----------	--

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Генезис философии: у истоков креативности и критического мышления*

Что такое философия? Когда и почему появилась философия? Восток и Запад: для какой из цивилизаций более характерно философское мирозерцание? Специфика предмета философии и исторические типы философии. Современные функции философии. Человек – создатель окружающего мира или творец мировой катастрофы? Человек как предмет философского и научного анализа. Биологическое VS социального в человеке. Индивид, индивидуальность, личность. Человек и природа. Человек и общество в условиях обострения глобальных проблем современности. Будущее человечества. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего.

#### **Формы контроля:**

Дискуссия

Доклад

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Основные подходы к определению предмета философии. Специфика и структура философского знания. Философия как система универсальных знаний о мире и человеке. Философия как способ мышления. Соотношение философии, науки, религии и искусства. Исторические типы мировоззрения: миф, религия, философия. Философия в «Осевое Время». Принципы классификации философских направлений. Онтология и гносеология. Материализм и идеализм. Диалектика и метафизика. Философские картины мира. Плюрализм и толерантность современной философской мысли.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада Подготовка к обсуждению

### *Игры разума: познание до зарождения науки.*

От мифологического к рациональному мировосприятию – истоки критического мышления. Мифологический и рациональный тип познания. Предпосылки перехода к рациональному познанию. Познание и вера в познание: расцвет наукоцентризма. Познание как предмет философского анализа. Основные принципы и формы познания. Проблема методов научного познания. Эмпирический и теоретический уровни научного познания. Понятие рациональности. Типы научной рациональности. Основные признаки научных гипотез. Верификация и фальсификация. Научное объяснение и предсказание

#### **Формы контроля:**

Дидактическая игра

Дискуссия

Доклад

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Основные направления и поиски античной философии. Проблема разума и веры, сущности и существования, свободы воли. Патристика и схоластика. Пантеистическая картина мира и антропоцентрический характер философии Ренессанса. Гелиоцентризм и учение о бесконечности Вселенной. Критика средневековой схоластики. Рационализм и проблема метода познания. Просвещение. Философия марксизма. Критический пересмотр и обновление классических философских традиций (неотомизм, неокантианство, неопозитивизм, неомарксизм и др.). Отношение к разуму и науке в философии XX в. Рационализм и иррационализм. Теории модернизма и постмодернизма. Философский радикализм второй половины XX века: критика современного западного общества. Новые левые. Традиционалистские концепции и «Новые правые». Глобальное моделирование. Концепции Римского клуба. Технократизм и его критика. Теория «постиндустриального общества» Д. Белла. «Футурошок» Э. Тоффлера. «Мегатренды» Д. Нейсбита. Финалистские концепции катастрофизма. Нарастание кризиса западной цивилизации и особенности философии начала XXI века.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада Подготовка к обсуждению Подготовка к дидактической игре

### *Аргументация: истина и закон достаточного основания*

Теория аргументации, ее строение и особенности. Связь критического мышления с повседневной и формальной логикой, риторикой, теорией аргументации. Что такое доказательства? Доказательства в повседневной жизни и в научной деятельности. Аргументация и логические ошибки. Истина и ее логические характеристики. Убеждение как цель аргументации. Роль аргументации в профессиональной деятельности человека. Аргументация: Наука, лженаука и вера. Обоснование, доказательство, опровержение, их роль в научном познании. Риски scientизма и антисcientизма. Может ли критическое мышление быть направлено против науки? Критическое мышление сторонников лженауки – реальность или фикция? Как распознать псевдонаучное учение, не будучи специалистом в соответствующей области?

#### **Формы контроля:**

Дискуссия

Доклад

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Учение о бытии. Монистические и плюралистические концепции бытия. Основные типы и формы бытия: материально-предметное, объективно-идеальное, бытие человека, социальное бытие. Синергетика и ее парадигмы. Формирование научно-философского понятия материи. Современные взгляды на категорию «материя». Системная организация материального мира. Пространственно-временной континуум. Основные формы движения, их соотношение. Детерминизм и индетерминизм. Закономерности развития природы, общества и мышления.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада Подготовка к обсуждению

### **Философия познания**

Сознание и бытие. Роль языка и социокультурных факторов в возникновении и развитии сознания. Научные, философские и религиозные картины мира. Многоуровневость сознания. Сознательное и бессознательное. Сознание и познание. Сущность познания, его понимание в истории философской мысли. Проблема познаваемости мира. Скептицизм и агностицизм. Познание, творчество и практика. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Действительность, мышление, логика и язык. Диалектика абсолютного и относительного в знании. Проблема истины. Действительность, мышление; логика и язык. Искусство спора. Основы логики. Научное и вненаучное знание. Наука как специфическая форма познания. Критерии научности. Структура научного познания, его эмпирический и теоретический уровни. Методы и формы научного познания. Рост научного знания. Научные революции и смены типов рациональности. Наука и техника. Проблема моделирования мыслительных процессов в кибернетических системах. Философские аспекты создания искусственного интеллекта.

### **Формы контроля:**

Дискуссия

Доклад

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Роль языка и социокультурных факторов в возникновении и развитии сознания. Многоуровневость сознания. Сознательное и бессознательное. Сущность познания, его понимание в истории философской мысли. Проблема познаваемости мира. Скептицизм и агностицизм. Вера и знание. Понимание и объяснение. Рациональное и иррациональное в познавательной деятельности. Диалектика абсолютного и относительного в знании. Действительность, мышление; логика и язык. Искусство спора. Основы логики. Наука как специфическая форма познания. Критерии научности. Структура научного познания, его эмпирический и теоретический уровни. Рост научного знания. Наука и техника. Проблема моделирования мыслительных процессов в кибернетических системах. Философские аспекты создания искусственного интеллекта.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада Подготовка к обсуждению

### **Социальная философия**

Человек в системе социальных связей. Человек и общество. Человек и природа. Человек и культура. Человек и исторический процесс. Концепция личности как социального качества человека. Понятия «человек», «индивид», «личность», «индивидуальность». Самосознание и личность. Закономерности личностного развития человека. Социальные роли личности в системе социокультурных связей. Личность и массы. Роль человека в современном глобализирующемся мире. Философское понимание общества, соотношение с социологическим, политологическим, историческим, социально-психологическим, экономическим подходами. Развитие представлений об обществе в истории философии. Поиск общественного идеала. Общество и его структура. Политическое бытие общества и политическая философия. Влияние политики на все сферы общества, общественное развитие и жизнь каждого отдельного человека. Соотношение общества и государства в социальной философии. Концепции «гражданского» и «органического» общества. Гражданское общество и государство. Культура и цивилизация. Формационная и цивилизационная концепции общественного развития. Формы и методы общественного развития. Эволюция и революция. Реформы и контрреформы. Кризисы и стабилизации. Роль социально-философских образов «будущего», «настоящего» и «прошлого» в общественных процессах. Общественное развитие современной России: тенденции и противоречия. Социально-философские проблемы альтернатив общественного развития. Теория многополярного мира. Будущее человечества. Взаимодействие цивилизаций и сценарии будущего. Характерные черты и особенности научно-технической революции и информационного общества. Глобальные проблемы современности и социально-философское осмысление путей и методов их решения. Роль философии в процессах устойчивого развития современного мира.

### **Формы контроля:**

Дискуссия

Доклад

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Поиски общественного идеала. Особенности политического подхода к проблеме «жизни и смерти». Влияние политики на все сферы общества, общественное развитие и жизнь каждого отдельного человека. Соотношение общества и государства в социальной философии. Концепции «гражданского» и «органического» общества. Гражданское общество и государство. Формы и методы общественного развития. Эволюция и революция. Реформы и контрреформы. Кризисы и стабилизации. Роль социально-философских образов «будущего», «настоящего» и «прошлого» в общественных процессах. Социально-философские проблемы альтернатив общественного развития. Взаимодействие цивилизаций и сценарии

будущего. Характерные черты и особенности научно-технической революции и информационного общества. Роль философии в процессах устойчивого развития современного мира.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада Подготовка к обсуждению

### **Человек как предмет философско-этического осмысления**

Этические и эстетические ценности и их роль в человеческой жизни. Виды социального регулирования. Мораль. Нравственность. Добро и зло. Долг. Совесть. Этическая концепция Канта. Цель и смысл жизни. Человек в контексте «вечных» философских вопросов: свобода и необходимость, свобода и ответственность, мораль и справедливость, правда и право, насилие и ненасилие, цели и средства, «низкое» и «высокое». Представления о совершенном человеке в различных культурах. Религиозные ценности и свобода совести. Католическая этика. Православная этика. Протестантская этика. Мусульманская этика. Конфуцианская этика. Буддийская этика. Современные проблемы этики. Социальная этика. Экологическая этика. Деловая этика.

*Формы контроля:*

Дискуссия

Доклад

*Вопросы для самостоятельного изучения:*

Религиозные ценности и свобода совести. Католическая этика. Православная этика. Протестантская этика. Мусульманская этика. Конфуцианская этика. Буддийская этика. Современные проблемы этики. Социальная этика. Экологическая этика. Деловая этика.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet Подготовка доклада Подготовка к обсуждению

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

Хакимов, Н. Х. Философия : учебник / Н. Х. Хакимов, А. И. Матвеева, Д. Т. Тураева. — Алматы : Дарын, 2023. — 187 с. — ISBN 978-601-7377-55-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134833.html>

### **Дополнительная литература**

1. Балашов Л.Е. Философия : учебник (систематический курс) / Балашов Л.Е.. — Москва : Дашков и К, 2024. — 626 с. — ISBN 978-5-394-05562-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144257.html>
2. Философия : учебник для обучающихся бакалавриата и специалитета / Т.В. Бернюкевич [и др.]. — Москва : МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2023. — 126 с. — ISBN 978-5-7264-3212-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/134637.html>
3. Петров В.П. Философия : учебник / Петров В.П.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 584 с. — ISBN 978-5-4497-1597-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/131420.html>

### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. «Философский штурм»: совместное философское творчество <http://www.philosophystorm.org/>
2. Философы и мыслители <http://www.great-philosopher.ru/>
3. Лекции по философии <http://www.studfiles.ru/dir/cat10/subj171/file14519/view150253.html>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Практическая философия и критическое мышление» проводится в форме зачета

#### **Оценочные средства:**

Зачет, дискуссия, доклад, дидактическая игра.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя: Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними; Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности; Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале: Задание 1: 0-10 баллов Задание 2: 0-10 баллов Задание 3: 0-20 баллов Суммарное количество баллов за ТКУ и ПА -90 и более (отлично) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат. -70 и более (хорошо)– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат. -50 и более (удовлетворительно)– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично. -Менее 50 (неудовлетворительно)– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

#### **Дискуссия. Генезис философии: у истоков креативности и критического мышления**

Диалектика и ее альтернативы.

#### **Дискуссия. Игры разума: познание до зарождения науки.**

Практика как основной критерий истинности.

#### **Дискуссия. Аргументация: истина и закон достаточного основания**

1. Идентичность и культурное разнообразие

#### **Дискуссия. Философия познания**

1. Материя: понятие и формы движения.

### ***Дискуссия. Социальная философия***

1. Справедливость и равенство в обществе

### ***Дискуссия. Человек как предмет философско-этического осмысления***

1. Нравственность и человеческое достоинство

### ***Доклад. Генезис философии: у истоков креативности и критического мышления***

1. Человек и природа

### ***Доклад. Игры разума: познание до зарождения науки.***

1. Свобода и ответственность

### ***Доклад. Аргументация: истина и закон достаточного основания***

1. Власть и контроль

### ***Доклад. Философия познания***

1. Гносеологическая сторона основного вопроса философии.
2. Познание: понятие и уровни.
3. Истина: понятие, виды и критерии.

### ***Доклад. Социальная философия***

1. Человек в системе социальных ценностей.
2. Общество: понятие и основные подходы к типологии.

### ***Доклад. Человек как предмет философско-этического осмысления***

1 Проблема социокультурного диалога в современном мире.

### ***Дидактическая игра. Игры разума: познание до зарождения науки.***

Тема дидактической игры: «Общечеловеческие ценности в контексте античной философии».

Обучающиеся, на основании «сценариев» диалогов Платона, определяют философский вопрос, подлежащий рассмотрению (например, «природа человека»); распределяют роли (Сократ, Протагор, Фрасимах и др.); проводят философскую дискуссию, руководствуясь точками зрения соответствующих философов, и используют соответствующие теме дидактические единицы. «Арбитры» (группа студентов, внимательно следящая за аргументами сторон) определяют, чьи доводы оказываются более убедительными, и кто лучше раскрыл дидактические единицы.

## **Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации**

### ***Задания 1-го типа***

1. Дайте определение понятиям «Мифология», «Религия», «Философия», «Осевое Время».
2. Дайте определение понятиям «Онтология», «Гносеология», «Методология».
3. Дайте определение понятиям «справедливость».
4. Дайте определение понятиям «Эстетика» и «Этика».
5. Дайте определение понятиям «совесть», «долг».
6. Дайте определение понятиям «свобода», «ответственность», «необходимость».
7. Дайте определение понятиям «Патристика», «Схоластика».
8. Дайте определение понятиям «Антропоцентризм», «Гуманизм».
9. Дайте определение понятиям «Эмпиризм», «Рационализм», «Сенсуализм».
10. Дайте определение понятиям «Деизм», «Пантеизм».
11. Дайте определение понятиям «патриотизм» и «интернационализм».

12. Дайте определение понятиям «Натурализм» и «Социал-дарвинизм».
13. Дайте определение понятиям «Позитивизм» и «Марксизм».
14. Дайте определение понятиям «Герменевтика», «Экзистенциализм», «Технократизм».
15. Дайте определение понятиям «Бытие», «Диалектика».
16. Дайте определение понятиям «нация» и «национальность».
17. Дайте определение понятиям «Сознание», «Познание».
18. Дайте определение понятиям «Субстанция», «Материя», «Идеальное».
19. Дайте определение понятиям «Монизм», «Дуализм», «Гилозоизм».
20. Дайте определение понятиям «Гностицизм», «Агностицизм».
21. Дайте определение понятиям «Человек», «Индивид».
22. Дайте определение понятиям «Личность», «Индивидуальность».
23. Дайте определение понятиям «цивилизация», «общественно-экономическая формация».
24. Дайте определение понятиям «Эволюция», «Реформы», «Революция».
25. Дайте определение понятиям «пацифизм», «многополярный мир».

### **Задания 2-го типа**

1. Охарактеризуйте проблематику «материального» и «идеального» в философии. Ответ обоснуйте.
2. Определите принципы классификации философских направлений. Ответ обоснуйте.
3. Выявите закономерности развития мышления. Ответ обоснуйте.
4. Дайте характеристику учению о добродетелях в античной философии. Ответ обоснуйте.
5. Дайте характеристику особенностям средневековой философии. Ответ обоснуйте.
6. Дайте характеристику особенностям этической и эстетической философии эпохи Возрождения. Ответ обоснуйте.
7. Дайте характеристику особенностям философии Нового Времени. Ответ обоснуйте.
8. Дайте характеристику особенностям распределительной и уравнительной справедливости. Ответ обоснуйте.
9. Дайте характеристику особенностям немецкой классической философии. Ответ обоснуйте.
10. Дайте характеристику особенностям философии марксизма. Ответ обоснуйте.
11. Дайте характеристику особенностям философии иррационализма. Ответ обоснуйте.
12. Дайте характеристику особенностям феноменологии. Ответ обоснуйте.
13. Дайте характеристику особенностям философии экзистенциализма. Ответ обоснуйте.
14. Дайте характеристику особенностям философии постмодерна. Ответ обоснуйте.
15. Дайте характеристику русской религиозно-идеалистической философии конца XIX – начала XX в. Ответ обоснуйте.
16. Выявите диалектику абсолютного и относительного в знании. Ответ обоснуйте.
17. Охарактеризуйте соотношение чувственного и рационального в познании. Ответ обоснуйте.
18. Охарактеризуйте проблему познаваемости мира. Ответ обоснуйте.
19. Охарактеризуйте эволюцию представлений о материи. Ответ обоснуйте.
20. Охарактеризуйте концепцию личности как социального качества человека. Ответ обоснуйте.
21. Выявите специфику философского понимания общества, его соотношение с социологическим, политологическим, историческим, социально-психологическим, экономическим подходами. Ответ обоснуйте.
22. Охарактеризуйте проблему межконфессионального диалога в современном мире. Ответ обоснуйте.
23. Выявите социально-философскую проблематику соотношения научно-технического прогресса и этики. Ответ обоснуйте.
24. Охарактеризуйте проблему типологии исторического процесса и социокультурных особенности развития народов (О.Шпенглер, К.Маркс, А.Тойнби). Ответ обоснуйте.
25. Охарактеризуйте межнациональную рознь как глобальную проблему современной цивилизации. Ответ обоснуйте.

### **Задания 3-го типа**

#### **Задание № 1.**

1. Французский философ Р. Декарт замечал: «Философия (...) распространяется на все доступное для человеческого познания».

Согласны ли вы с таким пониманием предмета философии? Что вы можете добавить к сказанному для более полной характеристики философского знания?

#### **Задание № 2.**

2. Согласно Подумайте над соотношением понятий социальная справедливость и социальное равенство. Возможно ли существование одного без другого? Ответ аргументируйте.

#### **Задание № 3.**

Проанализируйте известное высказывание «цель оправдывает средства» и выскажите собственную аргументированную точку зрения по данному вопросу.

#### **Задание № 4.**

Прочитайте текст и ответьте на вопросы. В. И. Ленин писал «Но существует ли коммунистическая мораль? Существует ли коммунистическая нравственность? Конечно, да. Часто представляют дело таким образом, что у нас нет своей морали, и очень часто буржуазия обвиняет нас в том, что мы, коммунисты, отрицаем всякую мораль. Это — способ подменять понятия, бросать песок в глаза рабочим и крестьянам.

В каком смысле отрицаем мы мораль, отрицаем нравственность?

В том смысле, в каком проповедывала ее буржуазия, которая выводила эту нравственность из велений бога. Мы на этот счет, конечно, говорим, что в бога не верим, и очень хорошо знаем, что от имени бога говорило духовенство, говорили помещики, говорила буржуазия, чтобы проводить свои эксплуататорские интересы. Или вместо того, чтобы выводить эту мораль из велений нравственности, из велений бога, они выводили ее из идеалистических или полуйдеалистических фраз, которые всегда сводились тоже к тому, что очень похоже на веления бога.

Всякую такую нравственность, взятую из внечеловеческого, внеклассового понятия, мы отрицаем. Мы говорим, что это обман, что это надувательство и забивание умов рабочих и крестьян в интересах помещиков и капиталистов.

Мы говорим, что наша нравственность подчинена вполне интересам классовой борьбы пролетариата. Наша нравственность выводится из интересов классовой борьбы пролетариата».

- 1) В каком смысле Ленин отрицал мораль и нравственность?
- 2) Можно ли говорить, что Ленин отрицал существование нравственности в коммунистическом обществе?
- 3) В чем заключалась нравственность в понимании Ленина?
- 4) Может ли, на Ваш взгляд, мораль и нравственность носить классовый характер? Ответ аргументируйте.

**Задание № 5.** Советский философ М. А. Лифшиц, говоря о религии, считал: «сила религиозной морали состоит в том, что она утоляет жажду непосредственной, добровольной связи между людьми. Люди ненавидят казёнщину своих отношений, им не хватает тепла. Религиозная мораль удовлетворяет эту потребность, но, что бы ни говорили её защитники, она удовлетворяет её бессильной грёзой. В праздничном целомании, условно подчёркнутом личном доброжелательстве, в общем преклонении перед аскетическим самопожертвованием немногих подвижников, искупающих грехи мирян, религиозная мысль создаёт отдушину, ничего не меняя по существу. Религия исходит из глубокого разъединения людей, их коренного одиночества, не побеждённого обществом, а, напротив, усиленного им. Она, собственно, лишь утверждает человека в том, что он не может приблизиться к сердцу другого без посредников, земных и небесных... Только на почве демократического подъёма и особенно в порывах энтузиазма народных восстаний реальное нравственное поле росло, сметая ничтожные преграды между людьми и обнажая от лицемерных фраз преграды действительные, требующие уничтожения. Революция есть слияние общественного дальнего действия с близкодействием. Это дружное вмешательство людей в их собственную, украденную у них жизнь».

В чем состоит, по мнению, Лифшица, сила религиозной морали? На какой основе, по мнению Лифшица, возможно реальный рост нравственности? Согласны ли Вы с его позицией? Ответ аргументируйте.

#### **Задание № 6.**

Прочитайте, приведенный ниже отрывок из работы И. В. Сталина «Марксизм и национальный вопрос» и ответьте на следующие вопросы:

1. Какие основные признаки нации формулируются в работе?
2. Какое определение в тексте дается понятию «нация»?
3. Чем отличается нация от племенной и расовой общности?
4. С чем связывает автор возникновение наций?
5. Можно ли говорить о нации при отсутствии хотя бы одного из выделенных признаков?

«Что такое нация?

Нация – это, прежде всего, общность, определенная общность людей.

Общность эта не расовая и не племенная. Нынешняя итальянская нация образовалась из римлян, германцев, этрусков, греков, арабов и т.д. Французская нация сложилась из галлов, римлян, бриттов, германцев и т.д. То же самое нужно сказать об англичанах, немцах и прочих, сложившихся в нации из людей различных рас и племен.

Итак, нация – не расовая и не племенная, а исторически сложившаяся общность людей.

С другой стороны, несомненно, что великие государства Кира или Александра не могли быть названы нациями, хотя и образовались они исторически, образовались из разных племен и рас. Это были не нации, а случайные и мало связанные конгломераты групп, распадавшиеся и объединявшиеся в зависимости от успехов или поражений того или иного завоевателя.

Итак, нация – не случайный и не эфемерный конгломерат, а устойчивая общность людей.

Но не всякая устойчивая общность создает нацию. Австрия и Россия – тоже устойчивые общности, однако, никто их не называет нациями. Чем отличается общность национальная от общности государственной? Между прочим, тем, что национальная общность немыслима без общего языка, в то время как для государства общий язык необязателен....

Итак – общность языка, как одна из характерных черт нации.

Это, конечно, не значит, что различные нации всегда и всюду говорят на разных языках или все, говорящие на одном и том же языке, обязательно составляют одну нацию. Общий язык для каждой нации, но не обязательно разные языки для различных наций! Нет нации, которая бы говорила сразу на разных языках, но это еще не значит, что не может быть двух наций, говорящих на одном языке!...

Разные территории повели к образованию разных наций.

Итак, общность территории, как одна из характерных черт нации.

Но это еще не все. Общность территории сама по себе еще не дает нации. Для этого нужна, кроме того, внутренняя экономическая связь, объединяющая отдельные части нации в одно целое...

*Итак, общность экономической жизни, экономическая связность, как одна из характерных особенностей нации.*

Но и это не все. Кроме всего сказанного, нужно принять еще во внимание особенности духовного облика людей, объединенных в нацию. Нации отличаются друг от друга не только по условиям их жизни, но и по духовному облику, выражающемуся в особенностях национальной культуры...

Итак, *общность психического склада*, сказывающаяся в общности культуры, как одна из характерных черт нации.

Таким образом, мы исчерпали все признаки нации.

*Нация есть исторически сложившаяся устойчивая общность людей, возникшая на базе общности языка, территории, экономической жизни и психического склада, проявляющегося в общности культуры...*

Необходимо подчеркнуть, что ни один из указанных признаков, взятый в отдельности, недостаточен для определения нации. Более того: достаточно отсутствия хотя бы одного из этих признаков, чтобы нация перестала быть нацией».

#### **Задание № 7.**

Современный российский философ И.А. Гобозов отмечает:

«Настоящий политик руководствуется не моральными нормами, а интересами государства и народа ...Потеряв часть, сохраняется целое, но потеряв целое, погибает и часть».

Согласны ли Вы с данной точкой зрения? Можно ли в политической борьбе жертвовать интересами отдельной личности или отдельных групп ради блага всего общества? Ответ аргументируйте.

#### **Задание № 8.**

Современный английский философ А. Уайтхэд пишет: «Когда цивилизация достигает своей кульминации, общество, избавленное от общеприимского понимания жизни, обречено на упадок... Те исторические эпохи, развитие которых было связано с распространением философского мировоззрения, никогда не исчезнут из памяти человечества».

Что имел в виду философ? Как связан уровень развития общества и потребность в философии?

#### **Задание № 9.**

Немецкий философ К. Маркс писал: «В общественном производстве своей жизни люди вступают в определенные, необходимые, от их воли не зависящие отношения – производственные отношения, которые соответствуют определенной ступени развития их материальных производительных сил. Совокупность этих производственных отношений составляет экономическую структуру общества, реальный базис, на котором возвышается юридическая и политическая надстройка и которому соответствуют определенные формы общественного сознания. Способ производства материальной жизни обуславливает социальный, политический и духовный процессы жизни вообще».

Что понимает автор под базисом и надстройкой? Согласны ли Вы с данной точкой зрения? Выскажите Ваше понимание взаимодействия базиса и надстройки в обществе?

#### **Задание № 10.**

Попытайтесь мысленно представить полемику представителей гносеологического оптимизма и скептицизма. Какие аргументы могли бы быть приведены с той и с другой стороны? Что рационального вы могли бы вынести из этого спора?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Производство и продвижение цифрового медиапродукта

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Производство и продвижение цифрового медиапродукта» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017 В рамках данного курса студентам предстоит получить комплексные знания о технике и технологиях работы и производства медиаконтента в различных типах медиа, а также о его продвижении.

Дисциплина входит в обязательную часть Блока 1.

## Цели изучения дисциплины:

Целью освоения дисциплины является формирование системы теоретических и практических знаний о специфике разработки цифрового медиапродукта и технологиях его продвижения на медиарынке.

## Задачи изучения дисциплины:

К задачам дисциплины относятся:

- изучение теоретических основ и практических аспектов разработки медиапродуктов в цифровых каналах;
- освоение методов и технологий продвижения медиапродукта на современном медиарынке;
- формирование навыков анализа целевой аудитории и её потребностей для разработки востребованного медиапродукта;
- отработка практических навыков разработки и продвижения конкретного вида медиапродукта;
- изучение эффективных стратегий продвижения медиапродукта с учетом специфики современных медиаканалов.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
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	ОПК-1.1. Демонстрирует знания особенностей всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-1.1.1.1. особенностей всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	ОПК-1.1.2.1. учитывать особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов при их создании	ОПК-1.1.3.1. производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов	Практикум по решению задач
		ОПК-1.2. Управляет процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2.1.1. особенности процесса подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2.2.1. создавать востребованные индустрией рекламы и связей с общественностью тексты и (или) иных коммуникационные продукты с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	ОПК-1.2.3.1. управления процессом подготовки востребованных индустрией рекламы и связей с общественностью текстов и (или) иных коммуникационных продуктов с учетом изменений норм русского (иностранного) языков и особенностей иных знаковых систем	
Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и ин-формационно-коммуникационные технологии	ОПК-6	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	ОПК-6.1.1.1. тренды и тенденции развития технического оборудования	ОПК-6.1.2.1. применять современное оборудование в производстве медийных продуктов	ОПК-6.1.3.1. применения современного технического оборудования в производстве медийных продуктов	
		ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в	ОПК-6.2.1.1. методы интеграции	ОПК-6.2.2.1. применять	ОПК-6.2.3.1. использования	

		профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связи с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	современных технических инструментов в медиакоммуникации	современные технические инструменты в медиакоммуникации	современных технических инструментов в медиакоммуникации	
--	--	--	--	---	--	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Специфика работы над цифровым медиапроектом	4		8						42	Практикум по решению задач / 30;	
Тема 2.Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта.	4		8						42	Практикум по решению задач / 30;	
Всего в семестре, час	8 из 8		16						84 из 84	100 (ТКУ+ПА)	
		16 из 16									
Итоговый контроль	Экзамен										
Семестр 2											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 3. Основные этапы продвижения цифрового медиапроекта.	4		8						42	Практикум по решению задач / 30;	
Тема 4. Эффективность продвижения	4		8						42	Практикум по решению задач / 30;	
Всего в семестре, час	8 из 8		16						84 из 84	100 (ТКУ+ПА)	
		16 из 16									
Итоговый контроль	Экзамен										
Итоговый экзамен (в академических часах)	36										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	252 из 252										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Тема 1. Специфика работы над цифровым медиапроектом

Алгоритмы создания цифрового медиапроекта. Основные шаги мониторинга рынка цифровых медиапроектов. Шаги создания цифрового проекта на основе результатов мониторинга. Разделение рабочие группы. Выбор темы для будущего проекта. Работа с экспликацией проекта.

Общие и специфические свойства интернет-платформ. Особенности разработки сайта «с нуля», статические и динамические сайты. Программный комплекс. Обзор основных онлайн-платформ и кастомизированных сервисов для создания цифрового медиапроекта - мультимедийного лонгрида.

Практика использования данных платформ.

<https://tilda.cc/ru/>

<https://readymag.com>

<https://racontr.com>

<http://shorthand.com>"><http://shorthand.com>

Особенности создания подкаста как цифрового медиапроекта: от идеи до воплощения

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Определение понятия цифровой медиапроект. Истоки и этапы развития формата. Основные характеристики цифрового медиапроекта.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://readymag.com>

**Тема 2. Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта.**

Мультимедийный контент как часть цифрового медиапроекта: фото, видео, графика, инфографика. Подробные характеристики мультимедиа. Роль текста в мультимедийных материалах. Последовательность работы над мультимедийными элементами цифрового медиапроекта. Разбор ошибок, разбор удачных кейсов.

Инфографика как часть цифрового медиапроекта. Интерактивные иллюстрации как часть цифрового медиапроекта.

Основы инфографики. Интерактивная инфографика. Работа с инструментами и сервисами для создания инфографики.

[www.piktochart.com](http://www.piktochart.com)

[www.infogram.com](http://www.infogram.com)

<https://www.glify.com>

Работа с инструментами и сервисами для создания интерактивной иллюстрации.

<https://juxtapose.knightlab.com>

<https://www.thinglink.com>

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Разбор ошибок, разбор удачных кейсов.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

[www.piktochart.com](http://www.piktochart.com)

<https://www.thinglink.com>

**Тема 3. Основные этапы продвижения цифрового медиапроекта.**

Основные этапы продвижения цифрового медиапроекта. Продвижение цифрового медиапроекта: каналы и платформы. Кросс-платформенный продакшн.

Анонсирование материала в социальных сетях, вовлечение аудитории до официального выпуска цифрового медиапроекта после процесса работы над ним, публикация материала в социальных сетях дружественных СМИ (теор. аспект), публикация материала на тематических онлайн-порталах и форумах (теор. аспект). Кросс-платформенность. Социальные сети, видео-хостинги, блоги и микроблоги. Тайминг публикации.

Продвижение опубликованного материала. Принципы создания сетевого вируса. Обратная связь с аудиторией: инструменты и методы. Практическое применение функций аналитики данных, встроенных в

платформу Подключение счетчиков для верстки цифрового медиапроекта. Подключение счетчиков Google Analytics и Яндекс.Метрика.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Кросс-платформенность. Социальные сети, видео-хостинги, блоги и микроблоги.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Тема 4. Эффективность продвижения**

Основные элементы метрики. Основные индикаторы успешности проекта. Интерпретация полученных результатов. Составление отчета. Из отчета, выявление сильных и слабых сторон проекта. Обсуждение результатов проведенной работы в группе. Коммуникационная и социальная эффективность продвижения

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Коммуникационная и социальная эффективность продвижения

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

<https://trends.google.ru/trends/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

Олешко Е.В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Олешко Е.В.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-1470-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68341.html>

#### **Дополнительная литература**

1. Епифанова А.Г. Продвижение дизайн-продукта в социальных сетях [Электронный ресурс]: учебное пособие/ Епифанова А.Г.— Электрон. текстовые данные.— Челябинск: Южно-Уральский технологический университет, 2022.— 237 с.— Режим доступа: <https://www.iprbookshop.ru/125039>
2. Сергеева, З. Н. Технология рекламы : учебное пособие / З. Н. Сергеева, Е. А. Сайкин. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2020. — 83 с. — ISBN 978-5-7782-4107-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/99228.html>
3. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. — Москва : Аспект Пресс, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139682.html>

#### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Лонгрид "Snowfall" <http://www.nytimes.com/projects/2012/snow-fall/#/?part=tunnel-creek>
2. <https://ninjamock.com>
3. Интерактивные карты <https://storymap.knightlab.com>
4. Инфографика [www.piktochart.com](http://www.piktochart.com)
5. Интерактивные иллюстрации <https://www.thinglink.com>
6. Платформы для верстки мультимедийного лонгрида <https://tilda.cc/ru/>

7. Платформы для верстки мультимедийного лонгрида <https://readymag.com>

8. <https://www.kommersant.ru/projects/chernobyl?9f476940>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y

3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)

2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)

4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)

3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация (ПА) по дисциплине проводится в форме экзамена

#### **Оценочные средства:**

Экзамен, практикум по решению задач.

#### **Процедура оценивания:**

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Экзамен 1 семестр

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

Экзамен 2семестр

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

**Суммарное количество баллов за ТКУ и ПА:**

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### *Практикум по решению задач. Тема 1. Специфика работы над цифровым медиапроектом*

Разработка медиапродукта.

Задания для самостоятельной работы

1 Выбрать тему проекта будущего медиапродукта

2 Определить задачи, которые будет решать медиапродукт.

3 Определить целевую аудиторию

4 Изучить конкурентов

5 Собрать референсы

6 Определить стиль медиапродукта

7 Сформулировать концепцию медиапродукта на основании проведённой работы в п. 1-6

8 Составить Техническое задание для дизайнера

9 Разработать медиапродукт в роли дизайнера

Дополнение:

При затруднении выбора медиапродукта для разработки, опираться на примеры:

1 Создание юбилейной серии классических изданий.

2 Создание журнала о технологических инновациях и стартапах.

3 Разработка блога о здоровом образе жизни и путешествиях.

4 Создание социального проекта по поддержке местных предпринимателей.

5 Разработка исследовательского издания о жизни в мультикультурном обществе.

6 Создание YouTube-канала о рецензиях на книги и фильмы.

7 Создание печатного молодёжного журнала «Новое Поколение»

8 Создание корпоративного издания

9 Создание блога о классической литературе — обсуждение и разбор произведений.

10 Запуск блога о театре — анонсы спектаклей, рецензии, интервью с деятелями театра.

11 Создание видеоканала на YouTube с лекциями по истории искусств.

12 Разработка виртуального гида по музеям города/страны в формате сайта.

13 Создание сообщества в VK о фотоискусстве — обзоры выставок, фото, лекции.

14 Создание серии книг об известных художниках.

15 Запуск онлайн-журнала о кинематографе — статьи, рецензии, интервью по кинотематике.

16 Создание блога, посвящённого классической музыке — ее истории, разбор произведений.

17 Разработка образовательного YouTube-канала о русской литературе — обзоры, лекции, дискуссии.

18 Создание серии книг и документальных фильмов о выдающихся деятелях культуры.

19 Разработка интерактивного журнала о саморазвитии и личной продуктивности.

20 Создание сообщества с исследованием уличного искусства в разных городах мира.

**Практикум по решению задач. Тема 2.Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта.**

Составление сториборда проекта с использованием современных онлайн-платформ.

Написание сценарной заявки.

Заполнение экспликации проекта.

Создание мультимедийного материала с использованием интерактивных элементов.

Анализ метрик эффективности продвижения проекта.

Для проекта создать моушен-графику, одну инфографику, встроить 1 аудиоподкаст, 1 видео

Сториборд

<https://ninjamock.com>

Моушн-графика

<https://prezi.com>

<https://timeline.knightlab.com> - интерактивный таймлайн

<https://storymap.knightlab.com> - интерактивная карта

<https://www.openstreetmap.org> - интерактивная карта

<https://ezgif.com> -анимированные gif

<https://animoto.com/business> - видео/фото + титры

<http://www.clipconverter.cc/de> - онлайн-видео конвертер

<https://www.powtoon.com/home/> - анимация

Полезные ресурсы для создания видеоконтента:

<http://actioncutprint.com>

<https://www.cinema5d.com>

<http://donedealpro.com/default.aspx>

<http://filmmakeriq.com>

<https://gointothestory.blcklst.com>

<http://www.moviemaker.com>

<http://dslrvideo shooter.com>

<http://nofilmschool.com>

<http://blog.planet5d.com>

<http://www.learningvideo.com>

<http://shooteditlearn.com>

Инфографика

[www.piktochart.com](http://www.piktochart.com)

[www.infogram.com](http://www.infogram.com)

<https://www.gliffy.com>

**Практикум по решению задач. Тема 3. Основные этапы продвижения цифрового медиапроекта.**

Анализ социальных СМИ.

Задания для самостоятельной работы:

1 Создать перечень СМИ, которые предоставляют бесплатные площадки для создания блогов.

2 Провести анализ социальных СМИ используя исследования из открытых источников.

3 Свести данные в таблицу и сделать выводы на основании используемых исследований.

4 Ответить на вопросы: Какова аудитория СМИ? Какова популярность СМИ? Какова тенденция роста СМИ по привлечению аудитории?

Какова тенденция роста СМИ по удержанию/вовлечению аудитории?

Формат сдачи работы: таблица в формате эксель. Скриншоты исследований прилагаются. Дополнительно указать ссылки на источники данных.

## **Практикум по решению задач. Тема 4. Эффективность продвижения**

### **Задание № 1**

Провести анализ целевой аудитории медиапродукта, выделить три сегмента, составить таблицу и заполнить.

### **Задание № 2**

Подготовить мультимедийную (онлайн и офлайн) матрицу контента на 1 месяц для объекта продвижения с указанием каналов и тематик публикаций.

### **Задание № 3**

Для продвижения выбранного медиапродукта написать продающий текст используя формулу QUEST.

### **Задание № 4**

Подобрать ключевые слова и указать хештеги для продающего текста, написанного в задании № 3

### **Задание № 5**

Подобрать и создать 3 визуала (иллюстрации, фото) для продающего текста, написанного в задании № 3

## **Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена**

### **Задания 1 типа 1 семестр**

#### **Описание условий задачи**

- 1.История мультимедиа.
- 2 Специфика работы над цифровым медиапроектом: мониторинг рынка цифровых медиапроектов.
- 3.Специфика работы над цифровым медиапроектом: концепция, идея, актуальность, аудитория, бюджет, производственные ресурсы.
- 4 Специфика работы над цифровым медиапроектом: постановка творческих задач, распределение обязанностей в команде.
- 5.Специфика работы над цифровым медиапроектом: визуализация макета будущего цифрового проекта.
- 6 Разновидности мультимедийного контента в рамках цифрового медиапроекта.
- 7.Работа с мультимедийным контентом: этапы и основные принципы создания.
- 8 Текст как элемент цифрового медиапроекта.
- 9.Отработка навыка написания текстов для цифрового медиапроекта.
- 10.Визуальная репрезентация реальности в цифровом медиапроекте.
- 11 Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках цифрового медиапроекта.
- 12.Фотоиллюстрации как элемент цифрового медиапроекта.
- 13 Основы работы с фоторедакторами.
- 14.Мультимедийные инструменты для создания интерактивных элементов цифрового проекта.
- 15 Инфографика как часть цифрового медиапроекта.
- 16.Интерактивные иллюстрации как часть цифрового медиапроекта.
- 17 Инфографика как часть цифрового медиапроекта.
- 18.Интерактивные иллюстрации как часть цифрового медиапроекта.
- 19.Моушн-графика как часть цифрового проекта.
- 20.Интерактивные карты как часть цифрового проекта.
- 21 Аудиовизуальный контент как элемент цифрового медиапроекта.
- 22.Аудиоконтент как элемент цифрового медиапроекта
- 23 Веб-дизайн как неотъемлемая часть цифрового медиапроекта.
- 24.Видеоконтент как элемент цифрового медиапроекта: сценарный замысел, основы

съемки.

25.Видеоконтент как элемент цифрового медиапроекта: расшифровка и анализ отснятого материала, теория и практика нелинейного монтажа.

### ***Задания 2 типа 1 семестр***

Описание условий задачи

- 1.Какие этапы включают в себя разработка концепции медиапроекта и медиапродукта?
- 2 Какие шаги необходимо предпринять для определения целей и концепции медиапродукта?
- 3 Какие факторы следует учитывать при выборе формата и жанра медиапродукта?
- 4 Как можно описать процесс разработки структуры и создания контента медиапродукта?
- 5 Что включает в себя анализ целевой аудитории медиапродукта?
- 6 Какие этапы включает в себя сегментация целевой аудитории?
- 7 Какие методы используются для анализа потребностей и предпочтений целевой аудитории?
- 8 Как оформить профиль объекта продвижения в социальных сетях?
- 9 Как выбрать социальные сети и определить целевую аудиторию?
- 10 Как разработать контент-стратегию для социальных сетей?
- 11 Какие шаги включает в себя оформление профиля объекта продвижения в социальных
- 12 Как выбрать платформы для ведения блогов или подкастов?
- 13 Как разработать тематику и определить форматы для блога или подкаста?
- 14 Какие этапы включает в себя создание аккаунта и наполнение контентом?
- 15 Что подразумевается под подготовкой мультимедийной матрицы контента?
- 16 Как определить каналы продвижения медиапродуктов?
- 17 Как создать контент-план для каждого канала продвижения?
- 18 Как координировать контент между разными каналами?
- 19 Что включает в себя подготовка концепции контент-плана на месяц?
- 20 Как формулировать цели и задачи при подготовке контент-плана?
- 21 Как создать тематический календарь для контент-плана?
- 22 Как распределить контент по каналам и датам в рамках контент-плана?
- 23 Как подготовить серию постов для наполнения профиля медиапродукта?
- 24 Как разрабатывать темы для серии постов?
- 25 Как определить оптимальный объем и формат для постов?

### ***Задания 3 типа 1 семестр***

Описание условий задачи

Задание № 1

Разработка медиапроекта:

Для создания юбилейной серии классических изданий сформулируйте концепцию медиапроекта, определите цели и задачи. Разработайте структуру медиапроекта и создайте контент-план.

Задание № 2

Продвижение в социальных сетях:

Для блога о здоровом образе жизни и путешествиях выберите целевую аудиторию медиапродукта. Определите социальные сети для продвижения и разработайте контент-стратегию.

Задание № 3

Блог или подкаст:

Для YouTube-канала о рецензиях на книги и фильмы выберите платформу для ведения блога или подкаста. Разработайте тематику, определите форматы и создайте контент (1-2 поста).

Задание № 4

Мультимедийная матрица контента:

Для социального проекта по поддержке местных предпринимателей определите каналы продвижения медиапродукта. Составьте мультиканальную матрицу контента с распределением по каналам.

#### Задание № 5

Контент-план на месяц:

Для печатного молодежного журнала «Новое Поколение» сформулируйте цели и задачи. Создайте тематический календарь и распределите контент по каналам и датам.

#### Задание № 6

Серия постов:

Для сообщества в ВК о фотоискусстве разработайте темы серии постов.

Подготовьте медиаконтент и тексты для серии постов (3-4 поста).

### ***Задания 1 типа 2 семестр***

Описание условий задачи

- 1.Мультимедийные инструменты для создания интерактивных элементов цифрового проекта.
- 2.Инфографика как часть цифрового медиапроекта.
- 3.Интерактивные иллюстрации как часть цифрового медиапроекта.
- 4.Инфографика как часть цифрового медиапроекта.
- 5.Интерактивные иллюстрации как часть цифрового медиапроекта.
- 6.Моушн-графика как часть цифрового проекта.
- 7.Интерактивные карты как часть цифрового проекта.
- 8.Аудиовизуальный контент как элемент цифрового медиапроекта.
- 9.Аудиоконтент как элемент цифрового медиапроекта
- 10.Веб-дизайн как неотъемлемая часть цифрового медиапроекта.
- 11.Видеоконтент как элемент цифрового медиапроекта: сценарный замысел, основы съемки.
- 12.Видеоконтент как элемент цифрового медиапроекта: расшифровка и анализ отснятого материала, теория и практика нелинейного монтажа.
- 13.Видеоконтент как элемент цифрового медиапроекта: работа с графикой.
- 14.Экспорт проекта.
- 15.Драматургия цифрового медиапроекта: линейное информации в сети.
- 16.Разработка всех необходимых элементов для создания финального цифрового медиапроекта.
- 17.Предпоказ финального проекта.
- 18.Основные этапы продвижения цифрового медиапроекта.
- 19.Продвижение цифрового медиапроекта: каналы и платформы.
- 20.Кросс-платформенный продакшн.
- 21.Продвижение цифрового медиапроекта: вирусное распространение.
- 22.Сбор данных и анализ полученной статистики.
- 23.Методы оценки эффективности медиапроекта
- 24.Метрики эффективности
- 25.Применение ИИ в разработке медиапроекта

### ***Задания 2 типа 2 семестр***

Описание условий задачи

- 1.Что включает в себя подготовка медиаконтента и текстов постов?
- 2.Какие ключевые моменты следует учитывать при выборе тематики для медиапроекта?
- 3.Каким образом определить целевую аудиторию для медиапродукта?
- 4.Какие средства анализа использовать для оценки эффективности контент-стратегии в социальных сетях?
- 5.Что включает в себя оценка успешности профиля в социальных медиа?

- 6 Как выбрать оптимальные каналы продвижения для конкретного медиапродукта?
- 7 Как оценить эффективность контент-плана на месяц?
- 8 Какие преимущества и недостатки существуют при выборе социальных сетей для продвижения медиапродукта?
- 9 Какие шаги включает в себя разработка тем серии постов для медиапродукта?
- 10 Как определить оптимальный объем и формат для медиаконтента?
- 11 Какие критерии выбора каналов продвижения наиболее важны при разработке контент-
- 12 Как оценить эффективность медиапродукта с использованием мультиканальной матрицы контента?
- 13 Какие аспекты необходимо учесть при координации контента между разными каналами продвижения?
- 14 Как формулировать цели и задачи для серии постов медиапродукта?
- 15 Какие этапы включает в себя подготовка медиаконтента и текстов для серии постов?
- 16 Как создать контент-план для каждого канала продвижения?
- 17 Как координировать контент между разными каналами?
- 18 Что включает в себя подготовка концепции контент-плана на месяц?
- 19 Как формулировать цели и задачи при подготовке контент-плана?
- 20 Как создать тематический календарь для контент-плана?
- 21 Как распределить контент по каналам и датам в рамках контент-плана?
- 22 Как подготовить серию постов для наполнения профиля медиапродукта?
- 23 Как разрабатывать темы для серии постов?
- 24 Как определить оптимальный объем и формат для постов?
- 25 Какие программы используются для создания мультимедиа контента в медиапроектах ? Приведите примеры.

### ***Задания 3 типа 2 семестр***

Описание условий задачи

Задание № 1

Разработать контент-план онлайн продвижения медиапродукта в 3-х социальных медиа на 1 месяц.

Задание № 2

Для продвижения выбранного медиапродукта написать продающий текст используя формулу AIDA.

Задание № 3

Подобрать ключевые слова и указать хештеги для продающего текста, написанного в задании № 3

Задание № 4

Подобрать и создать 3 визуала (иллюстрации, фото) для продающего текста, написанного в задании № 3

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Бюджет и экономика медийного продукта

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Бюджет и экономика медийного продукта» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 531.

Изучение дисциплины ориентировано на формирование представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента, а также необходимой базой для научных исследований в данной области.

Дисциплина входит в Обязательную часть Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

**Целью** состоит в формировании у магистрантов представлений о принципах экономического функционирования СМИ, современном состоянии медиаиндустрии в России и за рубежом, ключевых законах медиаэкономики, экономических особенностях различных сегментов рынка СМИ (газетного, журнального, радио, телевидения, онлайн-СМИ), основных видах медиапредприятий и моделях их развития, специфических особенностях медиаменеджмента, а также необходимой базой для научных исследований в данной области

### Задачи изучения дисциплины:

- знать базовые принципы, структуру и основные модели функционирования медиа экономики;
- освоить современные подходы, принятые в мировой и отечественной медиа экономике, применительно к специфике анализа развития данной сферы человеческой деятельности; профессионально обосновывать необходимость и направленность исследований в области медиа, а также овладеть навыками оценки эффективности функционирования медиа и рекламного бизнеса;
- иметь системное представление о специфике отдельных медиа сегментов в части ведения бизнеса в медиа индустрии в современных динамично меняющихся условиях; получить навыки практического анализа при ведении рекламного бизнеса на уровне отдельных субъектов рынка, и, прежде всего, на уровне отдельных медиа (телекомпаний, радиостанций, газет, журналов, Интернет-порталов и т.д.).

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5	ОПК-5.1. Выявляет и использует тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-5.1.1.1. тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	ОПК-5.1.2.1. использовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-5.1.3.1. подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	Эссе Контрольная работа
		ОПК-5.2. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2.1.1. условия функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2.1. Разрабатывать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы	ОПК-5.2.3.1. Разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью	

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Современные медиасистемы мира в условиях глобализации: экономические факторы развития	2	3							22	Эссе / 15;	
Тема 2. Информационные агентства в структуре медиасистемы: экономические обоснования	2	3							22	Эссе / 15;	
Тема 3. Медиаэкономика как быстро растущий сектор национальных экономик	2	3							22	Эссе / 15;	
Тема 4. Средства массовой информации и двоянный рынок товаров и услуг.	2	3							22	Контрольная работа / 25;	
Всего в семестре, час	8 из 8	12							88 из 88	100 (ТКУ+ПА)	
			12 из 12								
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### **Тема 1. Современные медиасистемы мира в условиях глобализации: экономические факторы развития**

Современные медиасистемы мира в условиях глобализации и технологического прогресса. Генезис теорий медиасистем. Аудиовизуальные СМИ. Две модели национального вещания: общественное /общественно-правовое как западноевропейская модель и коммерческие сети как американская модель.

#### **Формы контроля:**

Эссе

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Трансформация систем общенационального радиовещания в условиях монополизации и дерегулирования.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

#### **Тема 2. Информационные агентства в структуре медиасистемы: экономические обоснования**

Информационные агентства в структуре медиасистемы: статус и практика. Типология современных информационных агентств мира. Гранды в условиях глобализации и информатизации информационного пространства. Организация деятельности информационных агентств. Факторы и условия эффективности деятельности информационного агентства. Экономические особенности деятельности информационного агентства.

#### **Формы контроля:**

Эссе

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Основные источники финансирования информационных агентств. Экономическая информация как новый фактор. Экономические особенности деятельности информационного агентства

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

### **Ссылки:**

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

### **Тема 3. Медиаэкономика как быстро растущий сектор национальных экономик**

Экономика средств массовой информации, как сектор национальных экономик, как наука о закономерностях функционирования медиа, как социально-экономическая дисциплина. Масс-медиа как предмет экономического анализа. Понятие медиаиндустрии как развитой и прибыльной отрасли экономики. Медиаиндустрия как процесс получения прибылей и удовлетворения особых общественных нужд

### **Формы контроля:**

Эссе

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Франции. Развитие национального телевидения Китая, Индийский рынок инфокоммуникаций

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

### **Ссылки:**

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

### **Тема 4. Средства массовой информации и двоянный рынок товаров и услуг.**

Специфика СМИ и особенности двоянного рынка товаров и услуг. Нетипичный характер индустрии СМИ, производство продукта СМИ одновременно для двух рынков? товаров и услуг. Определение рынка двойного продукта СМИ. Общая характеристика рынка товаров. Информация как товар. Упаковка товара? разные медиаформы (газета, журнал, книга, радио или телевизионная программа, кабельная услуга, кино- или видеопродукция). Потребители СМИ? аудиторные особенности. Несегментированный характер аудитории. Массовый характер аудитории. Анонимный характер аудитории. Рынок товаров как рынок содержания. Неоднородность содержания СМИ: новости, мнения и развлечения.

### **Формы контроля:**

Контрольная работа

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Медиаиндустрия как процесс получения прибылей и удовлетворения особых общественных нужд

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

### **Ссылки:**

Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

Экономика малого и среднего бизнеса : учебник для бакалавров / Е.И. Балалова [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2021. — 294 с. — ISBN 978-5-394-03990-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/107835.html>

### **Дополнительная литература**

Дедаева, Л. М. Менеджмент в малом и среднем бизнесе : учебное пособие для студентов направления подготовки 38.03.02 «Менеджмент» / Л. М. Дедаева. — Донецк : Донецкая академия управления и государственной службы, 2019. — 200 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129797.html>

### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

зачет

### **Оценочные средства:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Процедура оценивания:**

Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

#### **Зачтено»**

– **25-30** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

– **20 -25** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

– **15 - 20** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.

#### **«Не зачтено»**

– **менее 15** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### *Эссе. Тема 1. Современные медиасистемы мира в условиях глобализации: экономические факторы развития*

1. Методы изучения потребностей общества для развития коммуникационных систем.
2. Факторы развития TimeWarner США.
3. Факторы развития Vivendi Universal Франция
4. Структура СМИ в XXI в. и спрос на медиатексты.
5. Факторы развития News Corp. Австралия.
6. Влияние распространения новых медиа на спрос на коммуникационные продукты.
7. Новые тенденции развития потребностей аудитории стран Западной Европы.
8. Факторы развития Disney Corp. США.
9. Особенности развития потребностей аудитории стран Северной Америки.
10. Специфика организации деятельности Viacom США.

### *Эссе. Тема 2. Информационные агентства в структуре медиасистемы: экономические обоснования*

1. Специфика организации деятельности Sony Япония.
2. Факторы развития Comcast Corporation США
3. Факторы развития Bertelsmann ФРГ
4. Факторы развития DirecTV США
5. Особенности развития потребностей аудитории Lagardere Group Франция
6. Особенности развития потребностей аудитории Thomson Канада
7. Особенности развития потребностей аудитории Gannett США
8. Особенности развития потребностей аудитории The BBC Великобритания
9. Особенности развития потребностей аудитории NHK Япония
10. Особенности развития потребностей аудитории Cox Communications США

### *Эссе. Тема 3. Медиаэкономика как быстро растущий сектор национальных экономик*

1. Особенности развития потребностей аудитории Reuters Великобритания
2. Особенности развития потребностей аудитории Tribune Co. США 2
3. Факторы развития The McGraw-Hill Companies США
4. Особенности развития потребностей аудитории VNU Нидерланды
5. Особенности развития потребностей аудитории Cablevision Systems США
6. Факторы развития Wolters Kluwer Нидерланды
7. Факторы развития Fuji Television Япония
8. Факторы развития Mediaset Италия
9. Факторы развития New York times co. США
10. Факторы развития Knight Ridder США
11. Факторы развития Washington Post США
12. Факторы развития RCS Editori Spa Италия
13. Факторы развития The Reader's Digest США
14. Факторы развития Tokyo Broadcasting System Япония

-

### *Контрольная работа. Тема 4. Средства массовой информации и смежный рынок товаров и услуг.*

Задание: создать проект как медиапроект в разрезе медиапрактики (по заданию преподавателя).

При этом учитывая, что:

1. Проект должен решать конкретную проблему (медийную), поэтому формулируя тему проекта, *определите* – что Вы будете решать, какую конкретную проблему, сформулируйте ее так, чтобы она была понятна и тем, кто будет оценивать проект и работать над ним.
2. Четко *представьте* – для кого вы делаете данный проект – кто будет благополучателем. Опишите свою целевую группу, на которую рассчитан проект.
3. *Определите* своих партнеров – на каких условиях вы собираетесь сотрудничать или привлекать их к реализации задач проекта, четко распишите направления этой деятельности.
4. *Выделите* инновационную составляющую проекта. Это может быть оригинальное решение уже широко представленной проблемы или выявленная вами самостоятельно проблема, о которой еще никто не говорил. Опишите ее и дайте полную характеристику проблемы.
5. *Представьте* четко конечный результат вашей проектной деятельности – он должен быть реальным и адресным (кто и какие получит виды помощи при реализации вашего проекта).
6. *Опишите* перспективы развития вашего проекта, тех идей, которые вы продвигаете в документном его формате, какие отрасли могут заинтересовать ваши идеи.
7. Разработайте формулу проекта. В формулу проекта, разрабатываемого вами в контексте медиапроектирования, включаются восемь основных элементов: исследование + идея + проблема + цель + задачи + методы + этапы + оценка.

В ходе исследования проведите подробный анализ медиaprостранства, чтобы выделить основную исследовательскую площадку и определить нишу своего проекта. Соберите информацию о данной площадке, соберите мнения экспертов и предложения по решению проблемы, опубликованные в медиасфере. Опирайтесь на цифры и факты. Это поможет обосновать проблему проекта и определить ту реальную нишу, в которой и будет полезным ваш проект – поможет решить проблему, улучшить социальную действительность. Начните исследование с обоснования актуальности своего проекта и его идеи в разрезе своего региона, страны и мира для того, чтобы дать ей полную характеристику.

Анализ проблемы и обоснование актуальности позволит вам сформулировать идею проекта, которая может быть выражена в концентрированном изложении особенностей решения проблемы. Она должна отличаться оригинальностью и инновационностью.

Сделав первые шаги, вы можете сформулировать цель проекта, которая определяется как конкретное достижение, конечный результат. Затем сформулировать задачи, которые помогут достичь цели. Задачи должны представлять собой четкие конкретные действия по достижению цели. Решение задач предполагает применение определенных методов. Описывая методы, вы, прежде всего, прописываете все ваши действия по поводу решения задач проекта, своего рода механизм реализации.

Далее следует выделить этапы решения проблемы, для того чтобы оптимизировать этот процесс. Это позволит также четко распределить силы для решения задач и структурировать этот процесс. Можно составить план-таблицу, в которой прописать сроки выполнения данного этапа, применяемые методы и исполнителей, а также стоимость каждого этапа проекта.

Еще одним элементом формулы проекта является оценка, которая применяется для оценки конечного результата. Этот элемент помогает оценить конечный результат и эффективность проекта, степень полезности и выявить ошибки.

Проект оформите в формате презентации.

В презентацию должны быть включены не менее 20 слайдов, включая титульный слайд с обозначением темы проекта и авторов проекта (1).

На втором слайде разместите содержание проекта, в котором отразите основные разделы: Введение с обоснованием актуальности темы проекта, выделением проблемы и идеи проекта; разделы проекта с определением цели, задач, методов решения, этапов решения. Оценка проекта. Заключение. Описание итогов проекта, а также пилотные выпуски СМИ (по необходимости) (1).

На трех последующих слайдах разместите «Введение», в котором обоснуйте актуальность темы проекта, пропишите обоснование проблемы и четкую формулировку идеи. Все это подкрепите исследовательским материалом, собранным в ходе анализа ситуации и медиапрактики (1+1+1).

Следующие пять слайдов должны отражать содержание разделов проекта, где также будут обозначены аудитория проекта (целевые группы, благополучатели), цель, задачи, решаемые вами, команда проекта, методы решения и этапы (1+1+1+1+1).

На последующих пяти слайдах опишите подробно решение задач проекта в ходе этапных шагов (рекомендуется выделение не менее трех этапов решения проектных задач) (1+1+1+1+1).

Два слайда посвятите оценке проекта и описанию бюджета (1+1), а последующие три – заключению, в котором представьте основные результаты решения задач проекта (1+1+1).

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### Зачет

#### Задания 1-го типа

1. Генезис теорий медиасистем.
2. Аудиовизуальные СМИ.
3. Две модели национального вещания.
4. Экономика телевидения.
5. Радио: типология зарубежного радиовещания.
6. Трансформация систем общенационального радиовещания в условия хдемонополизации и дерегулирования.

7. Экономика радио.
8. Информационные агентства в структуре медиасистемы: статус и практика.
9. Типология современных информационных агентств мира.
10. Организация деятельности информационных агентств.
11. Глобализация и медиасистемы.
12. Теории информационного общества.
13. Масс-медиа как предмет экономического анализа.
14. Понятие медиаиндустрии как развитой и прибыльной отрасли экономики.
15. СМИ и особенности двояного рынка товаров и услуг.
16. Потребители СМИ: аудиторные особенности.
17. Рынок товаров как рынок содержания.
18. Маркетинг СМИ.
19. Уровни конкуренции на рынке СМИ.
20. Рыночная заменимость СМИ.
21. Типологические различия СМИ.
22. ИКТ как фактор развития конкуренции СМИ.
23. Реклама на рынке СМИ.
24. Выбор СМИ рекламодателем.
25. Типы медиапотребления и особенности медиапривычек.

### ***Задания 2-го типа***

1. Как сказывается изменения ключевых макроэкономических показателей на медиарынке?
2. На каких рынках работают СМИ и описать эти рынки.
3. Проанализировать эластичность спроса на медиапродукт в зависимости от цены.
4. Что понимается под «рынком» СМИ?
5. Конкурентная среда СМИ конкретного сегмента.
6. Проследите изменения в производственной цепочке СМИ за 20 лет.
7. Оцените с экономических позиций механизм государственной поддержки СМИ.
8. Спор о СМИ как о товарах и услугах.
9. Спор о СМИ как об индивидуальных и коллективных благах
10. С кем конкурируют СМИ?
11. Экономические показатели аудитории СМИ.
12. Оцените с экономических позиций стратегии конкретных медиапредприятий и концернов.
13. В чем особенности конкуренции СМИ на рынке содержания, на рынке свободного времени и на рынке рекламы?
14. Каким образом происходил процесс концентрации в современной российской индустрии СМИ?
15. Отличие российского медиа рынка от зарубежного?
16. Каковы перспективы современного газетного рынка в России?
17. Тенденции развития региональных рынков печатных СМИ?
18. Относится ли процедура планирования деятельности СМИ только к экономической сфере?
19. Возможно ли планирование творческой работы редакции? Какие виды планирования могут быть использованы в данном случае?
20. Дайте собственную оценку достоинствам и недостаткам приведенных теорий мотивации
21. Покажите применимость теорий мотивации к современным российским условиям.
22. Какие конкурентные ситуации могут возникать на медиарынке?
23. Назовите экономические преимущества Интернета перед традиционными СМИ? Приведите примеры.
24. Какие СМИ относятся к средствам индивидуального, а какие – к средствам коллективного потребления? Приведите примеры.
25. Назовите отличие государственных СМИ от частных

### ***Задания 3-го типа***

Выберите один из современных медиапроектов в российской или зарубежной практике. Возможные варианты:

1. The Times (Великобритания)
2. Ведомости (РФ)
3. Бизнес-Газета (РФ)
4. New York Times (США)
5. Bloomberg (США)
6. Лента.ру (РФ)
7. ТК Звезда (РФ)

8. РБК медиа (РФ)
9. СИНЬХУА (КНР)
10. Ашарк (ОАЭ)

Проведите анализ проекта по следующим параметрам:

- а) Особенности позиционирования проекта на рынке
- б) Положение на медиарынке в настоящее время
- в) Основные подходы к продвижению проекта с использованием различных медиаплатформ
- г) Особенности и структура целевой аудитории проекта
- д) Схема коммерциализации проекта

**Задание**

Можно ли в таких условиях повысить эффективность работы персонала. Как это сделать? Предложите не менее трех вариантов решения указанных проблем и объясните плюсы и минусы каждого из вариантов.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Профессиональные технологии цифровых медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Профессиональные технологии цифровых медиа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 *Медиакоммуникации*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N531.

Дисциплина «Профессиональные технологии цифровых медиа».

охватывает теоретические основы цифровых медиа, принципы создания и редактирования аудио-, видео- и графического контента, использование специализированного программного обеспечения, вопросы защиты авторских прав и соблюдения этических норм в работе с цифровыми медиа.

Дисциплина входит в Обязательную часть блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Формирование у студентов профессиональных компетенций в области разработки и применения современных цифровых медиатехнологий.

### Задачи изучения дисциплины:

- Ознакомление студентов с основными принципами работы с цифровыми медиа.
- Изучение специфики создания контента для различных платформ.
- Развитие навыков анализа и проектирования мультимедийных продуктов.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7	ОПК-7.1. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	ОПК-7.1.1.2. методологию проведения рекламных и рг-кампаний в цифровых медиа	ОПК-7.1.2.2. Проводить рекламные и рг-кампании в цифровых медиа	ОПК-7.1.3.2. Реализации коммуникационных кампаний в цифровых медиа	Аналитический отчет
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом	ОПК-7.2.1.2. каноны формирования принципов социальной ответственности	ОПК-7.2.2.2. Мониторить реализацию принципов социальной ответственности	ОПК-7.2.3.2. реализации рекламных и рг-кампаний в цифровых медиа	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Профессиональные PR-технологии цифровых медиа	4		6							26	Аналитический отчет / 45;
Профессиональные рекламные технологии цифровых медиа	4		6							26	Аналитический отчет / 45;

Всего в семестре, час	8 из 8		12						52 из 52	100 (ТКУ+ПА)
		12 из 12								
Итоговый контроль	Экзамен									
Итоговый экзамен (в академических часах)	36									
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108									

#### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### *Профессиональные PR-технологии цифровых медиа*

Цифровые PR. Электронные СМИ. Аудиоподкасты. Видеоподкасты. Коллаборации в блогосфере и социальных сетях. Приемы технологии виральности в цифровых медиа. Цифровые системы мониторинга.

##### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

##### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Цифровые системы мониторинга.

##### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям

##### **Ссылки:**

##### *Профессиональные рекламные технологии цифровых медиа*

Типы рекламных цифровых медиа и их коммуникационные характеристики. Цифровая (digital) реклама. Интернет-реклама и мобильная реклама. Цифровые технологии в in -door и out-door рекламе. Цифровые технологии рекламы на транспорте и на объектах окружающей инфраструктуры (ambient). Цифровые инструмент оценки эффективности рекламных кампаний в цифровых медиа.

##### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

##### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Цифровые технологии рекламы на транспорте и на объектах окружающей инфраструктуры (ambient).

##### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям

#### 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

##### **Основная литература**

Николаева, М. А. Маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов / М. А. Николаева, И. А. Рамазанов, В. М. Комаров. — Москва : Дашков и К, 2024. — 230 с. — ISBN 978-5-394-05946-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142909.html>

##### **Дополнительная литература**

Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации : практикум / Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н. — Москва : Дашков и К, 2020. — 194 с. — ISBN 978-5-394-03541-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110953.html> .

#### ***Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"***

1. Альманах лаборатория рекламы: Оценка эффективности PR-деятельности критерии и методы <http://www.advlab.ru/articles/article363.htm> 2. Sostav. Интернет портал о рекламе, маркетинге и PR. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) 3. Рекламные идеи. Российский журнал о творческом брендинге. <http://www.advi.ru> 4. Портал о дизайне и брендинге THE DIELINE – <http://www.thedieline.com> 5 VC.RU – стартапы, бизнес, технологии <https://vc.ru/> 6. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. Новости, интервью с ведущими специалистами, отраслевые рейтинги, статьи, информация о событиях рекламного бизнеса. <https://adindex.ru/> 7. Rusability . Платформа для развития маркетологов. Регулярно выходят новости и статьи, освещаются курсы по digital, бизнесу и менеджменту, аналитике. <https://rusability.ru/articles> 8. Лайкни – интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге: кейсы, мастер-классы, интервью с признанными экспертами отрасли. <https://www.likeni.ru/>

#### ***Материально-техническая база***

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### ***Лицензионное программное обеспечение***

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y

3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### ***Свободно распространяемое программное обеспечение***

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)

2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)

4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### ***Электронно-библиотечная система***

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### ***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)

3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### ***Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:***

Экзамен

#### ***Оценочные средства:***

Аналитический отчет, экзамен.

#### ***Процедура оценивания:***

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-3 балла

Задание 2: 0-3 балла

Задание 3: 0-4 балла

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.

**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Аналитический отчет. Профессиональные PR-технологии цифровых медиа***

- Выбрать бренд.
- Составить корпоративную брен-модель.
- Провести аудит цифровых PR бренда
- Провести сравнительный конкурентный анализ цифровых Pr. Не менее 3х конкурентов.
- На основании выявленных проблемных областей, составить предложения по совершенствованию PR-кампании в цифровых медиа

Формат: Word. Объем – 12-13 листов А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

### ***Аналитический отчет. Профессиональные рекламные технологии цифровых медиа***

- Выбрать бренд (целесообразно продолжить работу с брендом из практикума по теме1).
- Провести аудит рекламных цифровых медиа
- Провести сравнительный конкурентный анализ рекламных цифровых медиа. Не менее 3х конкурентов.
- На основании выявленных проблемных областей, составить предложения по совершенствованию рекламной кампании в цифровых медиа
- 

Формат отчета: Word. Объем – 12-13 листов А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

## **Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена**

### ***Вопросы 1 типа***

Описание условий задачи

1. Что такое цифровые PR?
2. Какие функции выполняет цифровые PR?
3. Каковы цели цифровых PR?
4. В чем отличие цифровых PR от цифровой рекламы?
5. Перечислите основные каналы медиакоммуникации в цифровых PR.
6. Какие инструменты используются в цифровых PR?
7. Как цифровые PR может влиять на имидж компании?
8. Какова роль социальных сетей в PR?

9. Как цифровые PR помогает управлять кризисами?
10. Какие методы используются для оценки эффективности цифровых PR?
11. Какие этические нормы существуют в PR?
12. Какую роль играет цифровая аналитика в цифровых PR?
13. Какие принципы должны соблюдаться при написании пресс-релиза и рассылки его по цифровым релизоприемникам?
14. Какие типы контента могут использоваться в профессиональных PR-технологиях цифровых медиа?
15. Как цифровые PR могут влиять на формирование корпоративной культуры?
16. Какие особенности имеют цифровые PR кампании в социальных сетях?
17. Какие задачи решает цифровые PR в сфере благотворительности?
18. Как цифровые PR может способствовать укреплению доверия к бренду?
19. Как цифровые PR влияет на репутацию компании?
20. Какие цифровые методы используются для мониторинга СМИ?
21. Какие техники используются для создания положительного образа компании в цифровых медиа?
22. Как цифровые PR может помочь в продвижении новых продуктов?
23. Какие методы используются для работы с негативными отзывами?
24. Как цифровые PR может влиять на общественное мнение?
25. Какие стратегии применяются для управления кризисными ситуациями в цифровых PR?

### **Вопросы 2 типа**

Описание условий задачи

1. В чем сходство и различие между традиционными и цифровыми медиа?
2. Каковы преимущества и недостатки использования традиционных и цифровых медиа в рекламе?
3. Какие форматы рекламы наиболее эффективны в традиционных и цифровых медиа?
4. Какие целевые аудитории лучше всего охватываются через традиционные и цифровые медиа?
5. Какие виды рекламных кампаний чаще проводятся в традиционных и цифровых медиа?
6. Какие бюджеты обычно выделяются на рекламу в традиционных и цифровых медиа?
7. Как отличаются процессы планирования и реализации рекламных кампаний в традиционных и цифровых медиа?
8. Какие показатели используются для измерения эффективности рекламы в традиционных и цифровых медиа?
9. Какие платформы являются наиболее популярными для размещения рекламы в традиционных и цифровых медиа?
10. Как часто обновляются рекламные объявления в традиционных и цифровых медиа?
11. Какие тенденции наблюдаются в использовании традиционных и цифровых медиа для рекламы?
12. Какие виды таргетинга доступны в традиционных и цифровых медиа?
13. Как отличается стоимость рекламы в традиционных и цифровых медиа?
14. Какие виды взаимодействия с аудиторией возможны в традиционных и цифровых медиа?
15. Какие юридические аспекты необходимо учитывать при размещении рекламы в традиционных и цифровых медиа?
16. Какие формы креатива наиболее распространены в традиционных и цифровых медиа?
17. Как изменяется восприятие рекламы в зависимости от использования традиционных и цифровых медиа?
18. Какие возможности для аналитики предоставляют традиционные и цифровые медиа?
19. Какие факторы влияют на выбор между традиционными и цифровыми медиа для рекламы?
20. Как меняется контент рекламы в зависимости от использования традиционных и цифровых медиа?
21. Какие методы тестирования рекламы применяются в традиционных и цифровых медиа?
22. Какие ограничения существуют при использовании традиционных и цифровых медиа для рекламы?
23. Как влияет время суток на эффективность рекламы в традиционных и цифровых медиа?
24. Какие специалисты участвуют в создании и реализации рекламных кампаний в традиционных и цифровых медиа?
25. Какие новые технологии применяются в традиционных и цифровых медиа для рекламы?

### **Вопросы 3 типа**

Описание условий задачи

1. Разработайте стратегию PR-кампании в цифровых медиа для запуска нового продукта на рынке. Оцените целевую аудиторию, определите ключевые сообщения и каналы коммуникации.
2. Проведите анализ эффективности текущих рекламных кампаний компании в цифровых медиа. Предложите рекомендации по улучшению их результативности.
3. Создайте план SMM-стратегии для продвижения бренда в социальных сетях. Определите цели, контент-план и KPI.
4. Организуйте мероприятие по связям с общественностью для привлечения внимания к проблемам экологии. Подготовьте сценарий мероприятия и план его освещения в цифровых СМИ.
5. Разработайте концепцию вирусного видеоролика для привлечения новой аудитории на сайт компании. Опишите сюжет, сценарий и методы распространения ролика.

6. Создайте медиа-план для рекламной кампании в интернете. Определите бюджет, площадки для размещения рекламы и методы анализа ее эффективности.

7. Проведите исследование мнения потребителей о новом продукте компании. Соберите данные, проанализируйте их и предложите рекомендации по корректировке маркетинговой стратегии в цифровых медиа.

8. Разработайте стратегию антикризисного PR для компании, столкнувшейся с негативным отзывом в социальных сетях. Подготовьте план действий и шаблоны ответов на возможные вопросы пользователей.

9. Создайте PR-кампанию для благотворительной акции с использованием цифровых медиа. Определите цели, каналы коммуникации и способы привлечения партнеров и спонсоров.

10. Проведите аудит присутствия компании в социальных сетях. Оцените качество контента, активность подписчиков и эффективность взаимодействия с аудиторией. Предложите рекомендации по улучшению позиций компании в соцсетях.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Стратегический медиаменеджмент и медиабизнес

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Стратегический менеджмент и медиабизнес» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 531.

Дисциплина ориентирована на формирование знаний по основам медиаменеджмента в условиях рыночных отношений; формирование умений и навыков принятия экономически обоснованных управленческих решений с рациональным использованием ресурсов организаций различных СМИ.

Дисциплина входит в Обязательную часть Блока1.

### Цели изучения дисциплины:

**Целью изучения дисциплины:** является формирование знаний по основам медиаменеджмента в условиях рыночных отношений; формирование умений и навыков принятия экономически обоснованных управленческих решений с рациональным использованием ресурсов организаций различных СМИ.

### Задачи изучения дисциплины:

- сформировать базовые представления о месте, занимаемом связями с общественностью в коммуникационном обеспечении деятельности современной организации, и роли, которые играют Медиаменеджмент в PR-коммуникации;
- сформировать общие профессиональные компетенции в сфере организации взаимодействия между организацией и средствами массовой информации;
- сформировать компетенции в сфере подготовки и проведении коммуникационных кампаний и мероприятий;
- сформировать представления о специфике современного медиапроизводства;
- ознакомить с технологиями менеджмента новостей;
- выработать навыки создания PR-текстов, предназначенных для прессы;
- выработать навыки проведения мероприятий для журналистов;
- выработать навыки подготовки и проведения публичных мероприятий, адресованных различным целевым аудиториям.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла	УК-2	УК-2.1. Знать, каким образом сформулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач, обеспечивающих ее достижение	УК-2.1.1.1. цели проекта совокупность взаимосвязанных задач	УК-2.1.2.1. сформулировать в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач	УК-2.1.3.1. формулировки в рамках поставленной цели проекта совокупность взаимосвязанных задач	Практикум по решению задач  Доклад-презентация и дискуссия
		УК-2.2. Уметь спроектировать решение конкретной задачи проекта, выбирая оптимальный способ ее решения, исходя из действующих правовых норм и имеющихся ресурсов и ограничений; решать конкретные задачи проекта заявленного качества и за установленное время	УК-2.2.1.1. действующие правовые нормы и имеющихся ресурсов и ограничений	УК-2.2.2.1. спроектировать решение конкретной задачи проекта,	УК-2.2.3.1. решения конкретной задачи проекта,	
		УК-2.3. Иметь практический опыт публичного представления результатов решения конкретной задачи и всего проекта; способами определения ожидаемых результатов решения выделенных задач	УК-2.3.1.1. технологии публичного представления результатов	УК-2.3.2.1. публично представить результаты	УК-2.3.3.1. публичного представления результатов	
Способен организовывать и руководить	УК-3	УК-3.1. Знать уровни эффективности использования командной	УК-3.1.1.1. уровни эффективности	УК-3.1.2.1. учитывать уровни эффективности	УК-3.1.3.1. эффективно использовать	

работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели	стратегии для достижения поставленной цели; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми взаимодействует, учитывает их в своей деятельности (выбор категорий групп людей осуществляется образовательной организацией в зависимости от целей подготовки – по возрастным особенностям, по этническому или религиозному признаку, социально незащищенные слои населения и т.п.)	использования командной стратегии для достижения поставленной цели; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми взаимодействует	использования командной стратегии для достижения поставленной цели; особенности поведения выделенных групп людей, с которыми взаимодействует	командную стратегию
	УК-3.2. Уметь определять свою роль в команде; предвидеть результаты личных действий и планировать последовательность шагов для достижения поставленной цели	УК-3.2.1.1. свою роль в команде	УК-3.2.2.1. определять свою роль в команде; предвидеть результаты личных действий и планировать последовательность шагов для достижения поставленной цели	УК-3.2.3.1. определения своей роли в команде; предвидения результаты личных действий и планирования последовательности шагов для достижения поставленной цели
	УК-3.3. Иметь практический опыт эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды	УК-3.3.1.1. приемы эффективного взаимодействия с другими членами команды	УК-3.3.2.1. применять приемы эффективного взаимодействия с другими членами команды	УК-3.3.3.1. эффективного взаимодействия с другими членами команды, в т.ч. участия в обмене информацией, знаниями, опытом и презентации результатов работы команды

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1												
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл	
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы						
Тема 1. Сущность, содержание, основные принципы современного медиаменеджмента.	1		2							15	Практикум по решению задач / 15;	
Тема 2. Организационные отношения в системе медиаменеджмента	1		2							15	Практикум по решению задач / 15;	
Тема 3. Особенности функционирования организаций в медиасфере	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 20;	
Тема 4. Внешняя среда бизнеса в сфере медиа	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 20;	
Всего в семестре, час	4 из 4	4	4							60 из 60	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8										
Итоговый контроль	Зачет											
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72											

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Тема 1. Сущность, содержание, основные принципы современного медиаменеджмента.

Сущность и содержание медиаменеджмента, основные подходы к определению менеджмента. Субъект и объект управления. Основные принципы и функции менеджмента в сфере медиа. Инфраструктура менеджмента и понятие системы менеджмента. Основные подсистемы менеджмента и их содержание.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Интеграционные процессы в менеджменте и их содержание. Дифференциация и интеграция в организации работ. Создание интеграционного механизма как средства повышения эффективности работы медиа

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

**Тема 2. Организационные отношения в системе медиаменеджмента**

Стратегическое планирование и его значение для медиа. Тактическое планирование и его особенности. Особенности построения организационных отношений в системе медиаменеджмента. Основные формы организации. Мотивация деятельности членов организации и факторы, её определяющие.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Конфликтность, типы и причины конфликта в коллективе. Факторы эффективности организационной деятельности

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

**Тема 3. Особенности функционирования организаций в медиасфере**

Теория организации и управление персоналом медиа. Основные подходы к определению понятия организации. Медиа и социальная среда, соотношение прагматических целей организации и проблем социума. Подходы к построению типологии организаций. Подходы к анализу медиа как объекта управления

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Понятие жизненного цикла организации. Теории жизненного цикла организации. Основные этапы жизненного цикла организации в различных концепциях

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

**Тема 4. Внешняя среда бизнеса в сфере медиа**

Критерии определения понятия "медиабизнес" и его основные параметры. Основные виды медиабизнеса. Внутренняя и внешняя среда бизнеса. Подходы к разграничению внутренней и внешней среды медиабизнеса. Значение анализа внешней среды бизнеса для управленческого процесса. Структура внешней среды медиабизнеса

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Глобальная и международная среда медиабизнеса и критерии их разграничения. Глобальная среда медиабизнеса и её составляющие.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

<https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

Олешко Е.В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Олешко Е.В. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-1470-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68341.html>

#### **Дополнительная литература**

1. Медиапланирование : конспект лекций / . — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2017. — 64 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102929.html>
2. Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2025. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-3881-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145152.html>

#### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Федеральное агентство по печати и массовым коммуникациям <https://fapmc.gov.ru/rospechat.html>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru/>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

## Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

зачет

### **Оценочные средства:**

Зачет, практикум по решению задач, доклад-презентация.

### **Процедура оценивания:**

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

#### **«Зачтено»**

– **25-30** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

– **20 -25**– ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

– **15 - 20**– ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.

#### **«Не зачтено»**

– **менее 15** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Практикум по решению задач. Тема 1. Сущность, содержание, основные принципы современного медиаменеджмента.***

#### ***Задание 1.***

Выберите один из существующих креативных кластеров, например:

1. Флакон <https://flacon.ru/> (Москва)
2. The Trampery <https://thetrampery.com/> (Лондон)
3. Knowledge Quarter <https://www.kqliverpool.co.uk/> (Ливерпуль)
4. По выбору студента

#### Задание:

Проведите анализ проекта по следующим параметрам:

- а) Основные направления работы проекта
- б) Структура кластера
- в) Условия, предлагаемые резидентам

Ответьте на следующие вопросы:

1. Как вы можете оценить условия, предлагаемые резидентам (в т.ч. стартапам), занимающимся проектами в сфере медиа? Являются ли эти условия привлекательными на ваш взгляд и почему?
2. Как вы можете оценить вклад проекта в развитие инфраструктуры производства контента?
3. Какие результаты работы данного проекта в целом Вы можете назвать наиболее значимыми? Задание оформляется в форме отчета.

### ***Практикум по решению задач. Тема 2. Организационные отношения в системе медиаменеджмента***

#### ***Задание 2.***

Выберите один из современных медиапроектов общественно-политической направленности в российской или зарубежной практике.

Возможные варианты:

1. Ведомости (РФ)

2. Бизнес-Газета (РФ)
3. New York Times (США)
4. Лента.ру (РФ)
5. База (baza.io) (РФ)
6. РБК медиа (РФ)
7. Бизнес-FM (РФ)

Проведите анализ проекта по следующим параметрам:

- a) История развития проекта
- b) Положение на медиарынке в настоящее время
- c) Присутствие проекта на различных медиаплатформах (принт/портал/мессенджеры....)
- d) Целевая аудитория проекта - ее объем и структура (в т.ч. на какую ЦА направлен проект?)
- e) Особенности монетизации (за счет чего зарабатывает проект)

Форма подготовки – отчет

### ***Доклад-презентация и дискуссия. Тема 3. Особенности функционирования организаций в медиасфере***

Доклад-презентация 1

1. Реструктуризация новостных медиакомпаний.
2. Модели внедрения конвергентных элементов практику работы СМИ.
3. Деятельность журналиста как процесс. Способ творческой деятельности: стадии, операции, задачи
4. Структура процесса создания журналистского текста. Оптимизация работы корреспондента.
5. Бизнес-процессы современной редакции- корреспондентский процесс, выпускающий процесс, редакторский процесс
6. Система инструментов менеджмента редакционных процессов.
7. Феномен деинституциализации в российской журналистике.
8. Факторы и проявления внешней деинституциализации журналистики.
9. Отличия деинституциональной журналистики от практик повседневного общения в социальных сетях.
10. Тема по выбору студента

### ***Доклад-презентация и дискуссия. Тема 4. Внешняя среда бизнеса в сфере медиа***

Доклад-презентация 2

1. Социальные последствия внешней деинституциализации.
2. Проблемы эффективности современной редакции.
3. Конкурентные преимущества и их классификация.
4. Основные детерминанты конкуренции в медиасфере.
5. Глобальная и международная среда медиабизнеса и критерии их разграничения.
6. Глобальная среда медиабизнеса и её составляющие.
7. Методы анализа и оценки глобальной среды бизнеса.
8. Международная среда медиа бизнеса и её основные факторы.
9. Стратегии построения взаимоотношений компании и международной среды бизнеса.
10. Тема по выбору студента

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### ***Зачет***

##### **Задания 1 типа**

1. Трансформация медиасистемы под влиянием цифровых технологий.
2. Структура рынка и специфика деятельности редакций.
3. Оценка ресурсов в медиа-индустрии.
4. Теория «экологических ниш».
5. Зависимость специфики контента, профессиональных ценностей и приоритетов от структуры собственности.
6. Рабочая среда как базовый концепт.
7. Теория лидерства и стили лидерства.
8. Влияние технологических изменений на процесс управления медиакомпанией.
9. Концепция журналистского труда в меняющейся медийной экосистеме.
10. Распространение конвергентных элементов в практиках современных редакций
11. Технологические изменения в редакциях.
12. Профессиональная культура журналиста под влиянием цифровых технологий.
13. Понятие риска в финансовом менеджменте.

14. Специфика рисков в медиа-бизнесе.
15. Нерыночные риски в медиа-бизнесе.
16. Защита медиа-активов от рыночных и нерыночных рисков.
17. Основные причины слияний и поглощений.
18. Процесс концентрации собственности СМИ в зарубежных медиа.
19. Процесс концентрации собственности СМИ в российских медиа.
20. Структура, суть и формы деятельности конвергентных редакций.
21. Влияние конвергенции на труд журналиста.
22. Конвергентные практики и социальные сети.
23. Распространение конвергентных элементов в практиках современных редакций.
24. Превращение медиа в «фабрики контента».
25. Создание новых отделов, занимающихся работой с цифровым мультимедийным контентом.

#### **Задания 2 типа**

1. Каковы основные подходы к определению медиаменеджмента?
2. В чем заключается специфика субъектно-объектных отношений?
3. Перечислите основные модели управления и виды менеджмента.
4. В чем состоят принципы и функции медиаменеджмента в современном обществе?
5. Дайте определение понятию медиабизнес.
6. Какие основные виды медиабизнеса вы знаете?
7. Дайте определение внутренней и внешней среде бизнеса.
8. Каким образом разграничиваются внутренняя и внешняя среда бизнеса?
9. В чем состоит значение анализа внешней среды бизнеса для управленческого процесса?
10. Можно ли считать миф базисным феноменом культуры?
11. Миф является инструментом идеологии. Выявите функции политического мифа.
12. Особенность мифа как коммуникативной системы.
13. В чем особенность мифотворчества в кино?
14. Почему телевидение, трактующее реальные события, считается «фабрикой мифов»?
15. Есть ли в России предпосылки для появления новой мифологии?
16. Что такое управление медиапространством? В чем заключается его интегрирующая роль?
17. Как медиаполитика государства связана с правовой основой медиаменеджмента?
18. Роль Интернета в развитии электронного медиаменеджмента.
19. Современные инновации аудиовизуального медиаменеджмента
20. Какие виды деятельности относятся к креативным индустриям?
21. Что такое кластер креативных индустрий?
22. Какие кластеры креативных индустрий вам известны? Дайте им характеристику.
23. Модели развития массмедиа как социального института.
24. Ресурсы современной редакции и их использование (рабочее время, заработную плату, психологическое состояние сотрудников, интеллектуальную собственность).
25. Управление качеством продукта (медиатекста) и управление качеством процесса.

#### **Задания 3 типа**

##### **Задание 1.**

Проанализируйте современное медиапространство. Приведите примеры медиакомпаний, которые осуществляют свою предпринимательскую деятельность на основе следующих бизнес-моделей. Аргументируйте свой выбор.

1. Коммерческая;
2. Общественная;
3. Государственная;
4. Смешанная.

Опишите компоненты бизнес-модели (продукт, каналы реализации, коммуникация, ключевые ресурсы, перспективы) одной из предложенных вами медиакомпаний.

##### **Задание 2.**

Разработайте бизнес-модель для собственного интернет-СМИ по методике Александра Остервальдера.

##### **Задание 3.**

1. Определите тип предпринимательского объединения и организационно правовую форму медиапредприятия, предложенного вами ранее.
2. Составьте структуру вашего медиапредприятия.

**Задание 4.**

Определите высший орган в структуре управления организацией. Подробно распишите роль и функции отдела в структуре предприятия.

**Задание 5.**

Ориентируясь на структуру вашего медиапредприятия, составьте штатное расписание для ваших сотрудников. При выполнении задания используйте таблицу.

**Задание 6.**

Разработайте должностную инструкцию для любой штатной единицы (должности), указанной в штатном расписании.

**Задание 7.**

Рассчитайте примерную себестоимость медиапродукта вашего предприятия. Подробно опишите, как вы производили подсчеты.

**Задание 8.**

Опишите основные медиаактивы вашего медиапредприятия.

**Задание 9.**

Разработайте логотип и фирменный стиль вашего медиапредприятия, который в последствии станет медиаактивом.

**Задание 10.**

Адаптируйте все наработки в рамках курса в единый бизнес-план.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Деловые отношения и коммуникация с международным медиарынком

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Деловые отношения и коммуникация с международным медиарынком» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017г. № 513

Дисциплина «Деловые отношения и коммуникация с международным медиарынком» направлена на формирование понимания обучающимися общих закономерностей, а также сходств и различий видов, уровней и форм коммуникации. Особое внимание уделяется моделям и структурным компонентам коммуникации. В рамках курса формируется понимание возможностей практического приложения технологий коммуникации в профессиональной и социальной сферах. Обучающиеся осваивают навыки эффективного общения и профессионального взаимодействия, а также осмысления перспектив развития информационных и социокультурных коммуникационных сред.

### Цели изучения дисциплины:

**Целью** изучения дисциплины является формирование представления обучающихся о содержании основных теоретических концепций современной коммуникативистики, а также об основных исследовательских подходах в изучении явления коммуникации, применяемых на мировом медиарынке.

### Задачи изучения дисциплины:

- формирование у обучающихся знания о научном содержании и практическом применении деловой коммуникации, её функциях, средствах, истоках и истории развития;

- достижение понимания зависимости коммуникационного процесса от изменений, происходящих в социально-экономической, политической жизни общества и научно-технических преобразований на международном медиарынке.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия	УК-4	УК-4.1. Знать необходимые информационно-коммуникационные технологии при поиске необходимой информации в процессе решения стандартных коммуникативных задач на государственном и иностранном (-ых) языках для академического и профессионального взаимодействия	УК-4.1.1. информационно-коммуникационные технологии	УК-4.1.2.1. применять информационно-коммуникационные технологии	УК-4.1.3.1. Применения информационно-коммуникационные технологии	Доклад-презентация и дискуссия  Практикум по решению задач
		УК-4.2. Уметь выбирать на государственном и иностранном (-ых) языках коммуникативные технологии, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами; коммуникативно и культурно приемлемо вести устные деловые разговоры на государственном и иностранном (-ых) языках; выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) языка (-ов) на государственный язык	УК-4.2.1.1. коммуникативные технологии, вербальные и невербальные средства взаимодействия с партнерами	УК-4.2.2.1. выполнять перевод академических текстов с иностранного (-ых) языка (-ов) на государственный язык	УК-4.2.3.1. перевода академических текстов с иностранного (-ых) языка (-ов) на государственный язык	
		УК-4.3. Иметь практический опыт ведения деловой переписки, учитывая особенности стилистики официальных и неофициальных писем,	УК-4.3.1.1. виды деловой переписки	УК-4.3.2.1. вести деловую переписку	УК-4.3.3.1. деловой переписки	

		социокультурные различия в формате корреспонденции на государственном и иностранном (-ых) языках			
Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия	УК-5	УК-5.1. Знать, каким образом демонстрируется уважительное отношение к историческому наследию и социокультурным традициям различных социальных групп, опирающееся на знание этапов исторического развития России (включая основные события, основных исторических деятелей) в контексте мировой истории и ряда культурных традиций мира, включая мировые религии, философские и этические учения	УК-5.1.1.1. социокультурные традиции различных социальных групп	УК-5.1.2.1. демонстрировать уважение к социокультурным традициям различных социальных групп	УК-5.1.3.1. демонстрации уважения к социокультурным традициям различных социальных групп
		УК-5.2. Уметь этично и конструктивно взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей в целях успешного выполнения профессиональных задач и усиления социальной интеграции	УК-5.2.1.1. социокультурные особенности	УК-5.2.2.1. взаимодействовать с людьми с учетом их социокультурных особенностей	УК-5.2.3.1. взаимодействия с людьми с учетом их социокультурных особенностей
		УК-5.3. Иметь практический опыт поиска и применения необходимой для взаимодействия с другими информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	УК-5.3.1.1. информацию о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	УК-5.3.2.1. искать и применять необходимой для взаимодействия с другими информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп	УК-5.3.3.1. поиска и применения необходимой для взаимодействия с другими информации о культурных особенностях и традициях различных социальных групп

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
1. Медиакоммуникации. Речевые и невербальные коды коммуникации.	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 20;
2. Коммуникативные стратегии и тактики.	1		2							15	Практикум по решению задач / 10;
3. Деловая коммуникация	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 20;
4. Ритуальная коммуникация	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 20;
Всего в семестре, час	4 из 4	6	2							60 из 60	100 (ТКУ+ПА)
		8 из 8									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 1. Медиакоммуникации. Речевые и невербальные коды коммуникации.

Виды речевой деятельности: говорение, слушание, чтение, письмо Пантомима как основа и начало коммуникативной деятельности человека. Невербальность как основа большинства семиотических систем. Невербальные коды

коммуникации: паралингвистика (дополнительные к речи звуковые коды), кинесика (жесты), окулесика (визуальное поведение), аускультация (аудиальное поведение), гаптика (тактильная коммуникация), гастика (пища и напитки), ольфакция (запахи), проксемика (пространство коммуникации). Функции невербальной коммуникации: контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции.

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Функции невербальной коммуникации: контроля, регуляции, информации, диагностики, коррекции. Чтение в профессиональной деятельности специалиста по связям с общественностью. Понятие «норма языковая». Вариантность и норма. Типы вариантов по отношению к норме (равноправные / неравноправные).

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<http://mediascope.net/>

**2. Коммуникативные стратегии и тактики.**

Коммуникативные стили. Коммуникативная стратегия как часть коммуникативного поведения или коммуникативного взаимодействия, в которой серия различных вербальных и невербальных средств используется для достижения определенной коммуникативной цели. Коммуникативные стратегии и тактики в рекламе и связях с общественностью

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Эффективные стратегии (адекватная самооценка). Гендерные стратегии.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<http://mediascope.net/>

**3. Деловая коммуникация**

**Формы деловой коммуникации :** дискуссии, беседы, совещания, заседания, переговоры, брифинги, пресс-конференции, презентации, прием по личным вопросам, телефонные разговоры, деловая переписка. **Стиль делового общения:-** творческо-продуктивный стиль, дружеский стиль, дистанционный стиль. **Типы (формы) взаимодействий.** Кооперация и конкуренция

**Стратегии поведения:** сотрудничество, противодействие (соперничество), компромисс, уступчивость (приспособление), избегание (уклонение).

**Деловое совещание. Стадии деловых совещаний. Классификация деловых совещаний** Создание благоприятных условий для коллективной работы и коллективного решения.

**Деловые переговоры. Классификация деловых переговоров. Подготовка к переговорам. Зона доверия. Этапы переговорного процесса. Анализ деловых переговоров**

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Способы репрезентации символов в мировом бизнесе. Деловой этикет в мире

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<http://mediascope.net/>

**4. Ритуальная коммуникация**

Ритуальная коммуникация (магическая и религиозная, кризисная, презентационная (поощрение и активизация), «переходная» (рождение, инициация, брак, старость, смерть). Формы: торжественная речь, ритуальные акты, церемонии, обряды; праздники, посвящения, чествования; презентации и торжественные собрания

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Принципы ритуального поведения человека. Виды и формы ритуалов.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<http://mediascope.net/>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Основная литература**

Андреева Я.А. Основы теории коммуникации : учебное пособие / Андреева Я.А., Жигалова Н.Г.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. — 95 с. — ISBN 978-5-7937-2143-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140159.html>

**Дополнительная литература**

1. Лисс Э.М. Деловые коммуникации : учебник для вузов / Лисс Э.М., Ковальчук А.С.. — Москва : Дашков и К, 2024. — 343 с. — ISBN 978-5-394-05858-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144230.html>
2. Захарова, И. В. Деловые коммуникации : практикум / И. В. Захарова. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-4497-3478-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/142505.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Mediascope Медиаисследования. Рейтинги СМИ. Реклама в СМИ. Предпочтения потребителей. Посткампэйн анализ. <http://mediascope.net/>

**Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

**Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

**Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

*Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

*Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:*

Зачет

*Оценочные средства:*

Зачет, практикум по решению задач, доклад-презентация.

*Процедура оценивания:*

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание № 3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

*Шкала и критерии оценки, балл:*

Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

**«Зачтено»**

– **25-30** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

– **20 -24** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения заданий правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

– **15 - 19** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задание решено частично.

**«Не зачтено»**

– **менее 15** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

### **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

*Доклад-презентация и дискуссия. 1. Медиакommunikации. Речевые и невербальные коды коммуникации.*

1. Одиночество в толпе
2. Классификация видов невербальной коммуникации по сенсорным каналам.
3. Принцип конгруэнтности (совпадение жестов и речевых высказываний).
4. Оптико-кинетические средства общения

5. Прикосновения как проявление позитивного аффекта.
6. Техника невербальной выразительности.
7. Особенности акустических средств передачи невербальной информации
8. Основные направления анализа голосового кода
9. Понятие «социальная улыбка».
10. Проксемика – пространственная психология

### ***Доклад-презентация и дискуссия. 3. Деловая коммуникация***

1. Формы деловой коммуникации
2. Стилль делового общения.
3. Типы (формы) взаимодействий.
4. Стратегии поведения
5. Этапы деловых совещаний.
6. Классификация деловых совещаний
7. Классификация деловых переговоров.
8. Подготовка к переговорам.
9. Этапы переговорного процесса.
10. Анализ деловых переговоров

### ***Доклад-презентация и дискуссия. 4. Ритуальная коммуникация***

1. Ритуальная коммуникация. Ритуальный дискурс. Формы, стратегии, тактики ритуальной коммуникации.
2. Ритуальная коммуникация в рекламе и связях с общественностью.
3. Исследования образа коммуникатора у аудитории (составить план исследования).
4. Создание психологического портрета аудитории СМИ (составить план исследования).
5. Создание психологического портрета коммуникативного сообщения (составить план исследования).
6. Исследование коммуникативного стиля ТВ или радиопередачи (составить план исследования).
7. Структура личности как база восприятия информации.
8. Потребности, мотивы и интересы аудитории.
9. Роль стереотипа в процессах массовой коммуникации.
10. Роль установки в процессах массовой коммуникации

### ***Практикум по решению задач. 2. Коммуникативные стратегии и тактики.***

Проанализируйте трансакции. Какие психологические роли проигрываются коммуникативными партнерами?

1. Пожилой преподаватель А. обращается к коллеге Б.:  
А. Ну и студенты пошли: ничего их не интересует!  
Б. Да, мы в их возрасте были другими: на лекцию шли как на праздник.
2. На научной конференции идет обсуждение доклада.  
А. Мне близки идеи, высказанные докладчиком, но хотелось бы высказать ряд замечаний.  
Б. Я благодарен коллеге за ценные замечания, однако в свою очередь хотел бы поделиться своими соображениями.
3. В аудитории разговаривают два студента:  
А. Так скучно, я притомился совсем. Может, ну ее к черту – лекцию! Пойдем потусуемся!  
Б. Давай. Только тихо, чтобы препод не заметил.
4. Разговаривают муж и жена:  
А. Если бы у нас в доме был порядок, я бы смог найти свои вещи!  
Б. Если бы ты мне хоть немного помогал, я бы смогла управиться с хозяйством!  
А. Не такое уж у нас большое хозяйство. Будь расторопней!  
Если бы твоя мамочка не баловала тебя в детстве, ты бы с ним управлялась. Видишь же, что мне некогда!  
Б. Если бы твоя мамочка приучила тебя помогать, не подавала бы тебе завтрак в постель, ты бы находил время мне помогать!

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### ***Зачет***

##### **Задания 1 типа**

1. Раскройте понятия «общение»,
2. Раскройте понятия «коммуникация», «социальная коммуникация»,
3. Назовите базовые составляющие социальной коммуникации?

4. Назовите средства коммуникации и связи
5. Раскройте понятие «массовых коммуникаций»
6. Раскройте понятие субъектов коммуникации
7. Раскройте понятие коммуникативной среды
8. Назовите три коммуникационные революции
9. Назовите психологические теории коммуникаций
10. Что представляет из себя Оптико-кинетическая система.
11. Что представляет из себя Акустическая система.
12. Что представляет из себя Тактильно-кинестетическая или такесическая система
13. Что представляет из себя Пространственная или проксемическая система
14. Что представляет из себя Обонятельная, или Ольфакторная система .
15. Назовите характеристики голоса
16. Назовите функции интонации
17. Назовите виды дистанции общения
18. Назовите коммуникативные барьеры и способы их преодоления
19. Чем отличаются нелинейные модели от линейных.
20. Приведите функции языка в процессе коммуникаций
21. Назовите процессы взаимодействия.
22. Приведите критерии эффективного взаимодействия
23. Приведите примеры социальных ролей.
24. В чем значение принятия роли другого.
25. Приведите Матрицу сортировки обратной связи.

#### **Задания 2-го типа**

1. Почему теория коммуникации является междисциплинарной отраслью знаний?
2. Можно ли назвать коммуникационной революцией: изобретение письменности; изготовление печатного станка; внедрение электронных масс – медиа и почему?
3. Что в большей мере составляет основу коммуникации: язык, конструкция, система, речевые сигналы ?
4. В чем разница между публичными и массовыми коммуникациями?
5. Какие меры предпринимались для интенсификации коммуникаций в историческом разрезе?
6. Раскройте отличие «истинной» коммуникации от «ложной»
7. Раскройте отличие рационалистского от иррационалистического подхода
8. Раскройте отличия методологии социальной коммуникации.
9. Чем объясняется негативное отношение теории нон коммуникации к СМИ?
10. Раскройте подсистемы акустической системы.
11. Почему невербальные сигналы передают больше информации чем вербальные?
12. Какие средства раскрывают выразительно-регулятивную функцию
13. Связь мимики и Типа темперамента
14. Как дистанция общения влияет на коммуникации
15. Раскройте связь ольфакторной системы и коммуникаций.
16. Можно ли рассматривать коммуникативный процесс как последовательно реализуемые этапы производства, мультипликации, распространения, приема, распознавания и использования информации?
17. В чем сходство и различия между понятиями «коммуникативный процесс» и «коммуникация как процесс»?
18. Какова степень структурированности в различных формах межличностной коммуникации?
19. Какие условия обеспечивают эффективность коммуникации?
20. Доминантный собеседник и тактика взаимодействия с ним.
21. Мобильный собеседник и тактика взаимодействия с ним
22. Ригидный собеседник и тактика взаимодействия с ним
23. В чем состоят национальные особенности речевого этикета. Приведите примеры.
24. Раскройте содержание этикетных речевых актов и их значение. Приведите примеры.
25. В чем отличие конструктивной от неконструктивной критики.
26. **Задания 3 типа**

#### **Задание 1.**

Прокомментируйте слова А. Ф. Кони: «Нужно знать предмет, о котором ты говоришь, в точности и подробности, выяснив себе вполне его положительные и отрицательные свойства».

#### **Задание 2.**

Полемическое мастерство.

#### **Вопросы для обсуждения:**

1. Необходимо ли разделять позицию выступающего?
2. Способы взаимодействия выступающего со слушателем используются в речи выступающего?
3. Какие функциональные стили использует оратор?
4. Роль импровизации в публичной речи.

#### **Задание 3.**

Методики установления контактов.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Основные этапы установления контактов.
2. Определение принципов общения.
3. Включение в работу методик активизации мышления.

**Задание 4.**

Продолжите рассуждение на заданную тему: «Контакт — это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта...»

Придумайте нейтральные темы бесед на первом этапе общения.

**Задание 5.**

«Истинное красноречие всех веков и народов состоит в прекрасных мыслях, в искусстве ... сочинение». Что пропущено в цитате из определения риторики Н. Ф. Кошанским?

**Задание 6.**

Содержание публичной речи. Методики установления контактов.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Каковы основные правила коммуникации?
2. Воспроизведите алгоритм умения говорить сжато, впечатляюще и образно, опираясь на познания в области истории риторики.
3. Основы публичного выступления.

**Задание 7.**

Виды и техники слушания.

**Вопросы для обсуждения:**

1. Каковы основные правила активного слушания?
2. Назовите способы развития навыков активного слушания.
3. Использование приемов активного слушания на практике.

**Задание 8.**

1. «Ценность представляет не сама по себе речь оратора и не звучность его голоса, а то...» (Демосфен).
2. Опровергните или докажите тезис «Оратор не актер» (3–4 аргумента).

**Задание 9.**

1. Продолжите рассуждение на заданную тему: «Контакт — это начало взаимодействия двух партнеров. Для установления контакта...»
2. Придумайте нейтральные темы бесед на первом этапе общения.

**Задание 10.****Заполните пропуски**

1. Шумы и помехи создают ... коммуникационный барьер.
2. При общении людей с разным темпераментов возникает ... барьер.
3. Стереотипы, упрощающие образ мужчины и женщины называются ... ..
4. Если человек стремится не выделяться из толпы – это называется ... конформизм.
5. Мода удовлетворяет такие потребности индивида как ... .
6. Причинами возникновения предрассудков являются ... .

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Правовые и этические основы медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Правовые и этические основы медиа» составлена в соответствии с требованиями федерального государственного образовательного стандарта высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Министерства образования и науки Российской Федерации от 08.06.2017 N 531.

Дисциплина входит в Обязательную часть Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

**Целью изучения дисциплины:** ознакомление с основами российского законодательства, применяемого для регулирования рекламы и связей с общественностью, юридическими документами и проблемами применения данной правовой базы в деятельности государственных, коммерческих структур и общественных организаций; ознакомление студентов с фундаментальными основами и практикой правоприменения в сфере медиа в современном мире; формирование целостного представления о процессах правового регулирования рекламы и связей с общественностью в России и мировой практике; формирование навыков правовой культуры.

### Задачи изучения дисциплины:

- приобретение студентами актуального знания основных концепций и нормативных актов правового регулирования в сфере медиа в России и мировой практике;
- формирование стройной системы взглядов в области правового регулирования медиа;
- формирование базовых знаний и навыков ориентирования в проблемах правового регулирования деятельности специалиста по медиа, правах и обязанностях, налагаемых специализированными нормативными актами; освоение практических приемов использования российского законодательства в решении профессиональных задач;
- формирование навыков юридического обоснования своей позиции или определения неправовых действий оппонентов;
- ознакомление студентов с санкциями и другими последствиями нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа;

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5	ОПК-5.1. Выявляет и использует тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при принятии профессиональных решений по подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-5.1.1. тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира	ОПК-5.1.2.1. использовать тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке и реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-5.2.3.1. Разработки коммуникационных продуктов в сфере рекламы и связей с общественностью	Доклад-презентация и дискуссия
		ОПК-5.2. Разрабатывает коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2.1.1. условия функционирования конкретной медиакоммуникационной системы, правовых и этических норм регулирования	ОПК-5.2.2.1. Разрабатывать коммуникационные продукты в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом условий функционирования конкретной медиакоммуникационной системы		

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1												
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл	
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы						
1. Роль масс-медиа в формировании правового гражданского общества	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 15;	
2 Правовая ответственность в медиабизнесе	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 15;	
3. Медиа и вооруженные конфликты	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 15;	
4. Этика и социально-культурные аспекты коммуникации	1	2								15	Доклад-презентация и дискуссия / 15;	
Всего в семестре, час	4 из 4	8								60 из 60	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8										
Итоговый контроль	Зачет											
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72											

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### 1. Роль масс-медиа в формировании правового гражданского общества

Правовая культура работника медиа. Права человека и их защита средствами масс-медиа. Правоохранительная информация и правовая публицистика. Правоохранительная информация как средство формирования правосознания граждан. Профессиональная этика - modus vivendi журналистики. Основные механизмы института саморегулирования (СООС – система обеспечения ответственности СМИ). Кодекс профессиональной этики журналиста: нормы и принципы

#### Формы контроля:

Доклад-презентация и дискуссия

#### Вопросы для самостоятельного изучения:

Типология юридических изданий и программ; жанры аналитической журналистики в этой сфере.

#### Формы самостоятельной работы:

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### Ссылки:

<https://www.un.org/ru/>

#### 2 Правовая ответственность в медиабизнесе

Закон о рекламе, регулирование и ответственность за нарушение. Клевета и оскорбление. Разжигание ненависти и вражды. Дискредитация власти. Виды уголовной и административной ответственности в публичной коммуникации. Кейсы привлечения к ответственности

#### Формы контроля:

Доклад-презентация и дискуссия

#### Вопросы для самостоятельного изучения:

Правовая культура и правосознание работника медиа. Реалии сегодняшнего дня.

#### Формы самостоятельной работы:

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://www.un.org/ru/>

**3. Медиа и вооруженные конфликты**

Права человека и вооруженные конфликты. Применение прав человека в ходе вооруженных конфликтов. Международные правовые акты по защите прав журналистов. Практика защиты прав человека в ходе вооруженных конфликтов.

Понятие, основные принципы международного гуманитарного права. Гуманитарные нормы, касающиеся положения человека в вооруженных конфликтах международного и немеждународного характера. Женевская конвенция о защите гражданского населения во время войны от 12 августа 1949 г. Дополнительные протоколы к Женевским конвенциям от 12 августа 1949 г., касающийся защиты жертв международных вооруженных конфликтов (Протокол № 1) и защиты жертв вооруженных конфликтов немеждународного характера (Протокол №2) от 8 июня 1977 г.

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Правоприменительная практика по защите прав человека посредством медиа.

**Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://www.un.org/ru/>

**4. Этика и социально-культурные аспекты коммуникации**

Виды этических норм. Рекомендательные: Деловые обычаи, Религиозные, Культурные, национальные. Обязательные: Установленные законом, Профессиональные, Отраслевые, Корпоративные.

Особенности североамериканской медиа культуры: США, Канада. Особенности европейской медиа культуры. Англия, Германия, Франция. Особенности азиатской медиа культуры: Китай, Япония, Арабские страны.

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Раскройте особенности мировой медиа культуры

**Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://www.un.org/ru/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Правовые и этические нормы в журналистике / . — Москва : Аспект Пресс, 2012. — 256 с. — ISBN 978-5-7567-0648-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/56298.html>

**Дополнительная литература**

1. Информационное право : практикум / В. В. Пушкарев, А. В. Константинов, С. П. Стащенко [и др.]. — 2-е изд. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 58 с. — ISBN 978-5-4497-3663-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/143452.html>
2. Международное гуманитарное право : учебное пособие / А.А. Аванесова [и др.]. — Ставрополь : Северо-Кавказский федеральный университет, 2014. — 170 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/62847.html>

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. <https://pravo.ru/>
2. <https://zakon.ru>
3. [https://www.garant.ru/doc/busref/spr\\_gos\\_site/](https://www.garant.ru/doc/busref/spr_gos_site/)

**Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

**Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

**Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

**Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

**Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

**Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

зачет

**Оценочные средства:**

зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание № 3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Процедура оценивания:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

**-40-30** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-29-25**– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-24 - 20** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 20**– ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена.

### **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

#### ***Доклад-презентация и дискуссия. 1. Роль масс-медиа в формировании правового гражданского общества***

- 1.Специфика отечественной ситуации в журналистике как ситуации кризиса ее идентичности и, прежде всего, профессиональноэтической идентичности.
- 2.Техника безопасности в работе журналиста.
- 3.Системасовременного российского законодательства о средствах массовой информации.
- 4.Взаимоотношения владельцев, учредителей и редакций, органов информации и аудитории.
- 5.Особенности правовой культуры в медиа среде.
6. Работа журналиста с источниками информации; методы анализа в области правовых отношений в обществе, практика нормотворчества, судопроизводства.
7. Правоприменительная практика по защите прав человека посредством медиа.
8. Правовая публицистика сегодняшнего дня. Авторы, жанры, многообразие тем
9. Судебная практика и правовая публицистика. Точки соприкосновения.
10. Правовая культура и правосознание работника медиа

#### ***Доклад-презентация и дискуссия. 2 Правовая ответственность в медиабизнесе***

- 1Право масс-медиа как специфическая часть правового законодательства и базовая основа функционирования СМИ;
2. система современного российского законодательства о средствах массовой информации;
- 3 области законодательного регулирования в сфере СМИ
- 4.учреждение органов информации,
- 5взаимоотношения владельцев, учредителей и редакций,
6. органов информации и аудитории, организация редакционной деятельности, работа журналиста, авторское право и т.д.);
- 7 Работа журналиста с источниками информации;
8. методы анализа области правовых отношений в обществе,
- 9.практики нормотворчества, судопроизводства и т.д.;

10 этико-правовые основы журналистского «расследования».

### ***Доклад-презентация и дискуссия. 3. Медиа и вооруженные конфликты***

1. Права человека и вооруженные конфликты.
2. Применение прав человека в ходе вооруженных конфликтов.
3. Международные правовые акты по защите прав журналистов.
4. Практика защиты прав человека в ходе вооруженных конфликтов.
5. Понятие, основные принципы международного гуманитарного права.
6. Гуманитарные нормы, касающиеся положения человека в вооруженных конфликтах международного и немеждународного характера
7. Кейсы гибели журналистов. Причины
8. СМИ и война в Сирии
9. СМИ и СВО
10. СМИ и миротворческие операции

### ***Доклад-презентация и дискуссия. 4. Этика и социально-культурные аспекты коммуникации***

1. Дайте определение термину Этика
2. Дайте определение термину медиа этика
3. Назовите этапы эволюции представлений об этике
4. Приведите пример культурных норм
5. Приведите пример отраслевых норм
6. Назовите функции современного медиа этикета
7. Назовите виды медиа этикета
8. Назовите особенности североамериканской медиа культуры
9. Назовите особенности европейской медиа культуры
10. Назовите особенности азиатской медиа культуры

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### ***зачет***

##### ***Задание 1 типа.***

1. Понятие и структура правовой информации
2. Официальная правовая информация
2. Неофициальная правовая информация
3. Условия и порядок вступления в силу федеральных нормативных правовых актов
4. Проблема юридического определения медиа
5. Медиа как объект правового регулирования
6. Юридическое определение рекламы
7. Информационное право как отрасль права, регулирующая рекламу и СО – содержание, цели, органы регулирования федерального, регионального и муниципального уровня.
8. Юридическое содержание понятий «информация», «информационная сфера»
9. Право на информацию как одно из фундаментальных в российском законодательстве, нормативные акты, его закрепляющие. Интересы общества и интересы государства в информационной сфере
10. Право на информацию во Всеобщей декларации прав человека (ООН, 1948 г.),
11. Декларации прав свобод человека и гражданина Российской Федерации (1991 г.)
12. Право на информацию в юридической системе РФ: Конституция РФ, Указ Президента РФ о дополнительных гарантиях прав граждан на информацию
13. Информационное право в ФЗ «Об участии в международном информационном обмене», ФЗ «Об информации, информатизации и защите информации»
14. Информационная открытость государственных органов – ФЗ «Об обеспечении доступа к информации о деятельности государственных органов и органов местного самоуправления» в редакции 11.07.2011
15. Гарантии права на информацию в Кодексе об административных правонарушениях и Уголовном кодексе РФ – ответственность за нарушение норм информационного права
16. Юридическое понятие и состав фирменного наименования.
17. Право на фирменное наименование.
18. Ответственность за нарушение права на фирменное наименование.
19. Право на коммерческое обозначение.
20. Соотношение права на коммерческое обозначение с правами на фирменное наименование и товарный знак.

21. Правила включения в фирменное наименование юридического лица официального наименования "Российская Федерация" или "Россия", а также слов, производных от этого наименования.
22. Понятие и состав товарного знака и знака обслуживания
23. Право на товарный знак в аспекте ограничения недобросовестной конкуренции
24. Срок действия прав на товарный знак
25. Условия и процедура регистрации товарных знаков

### **Задание 2 типа**

1. В чем заключается специфика субъектно-объектных отношений? Ответ аргументируйте.
2. В чем особенность мифотворчества в кино? Ответ аргументируйте.
3. В чем состоит значение анализа внешней среды бизнеса для управленческого процесса? Ответ аргументируйте.
4. В чем состоят принципы и функции медиаменеджмента в современном обществе? Ответ аргументируйте.
5. Дайте определение внутренней и внешней среде бизнеса. Приведите пример.
6. Дайте определение понятию медиабизнес. Приведите пример.
7. Есть ли в России предпосылки для появления новой мифологии? Ответ аргументируйте.
8. Есть ли в современной России предпосылки для появления новой мифологии? Ответ аргументируйте.
9. Как медиаполитика государства связана с правовой основой медиаменеджмента? Ответ аргументируйте.
10. Какие виды деятельности относятся к креативным индустриям? Приведите пример.
11. Какие кластеры креативных индустрий вам известны? Дайте им характеристику. Приведите пример.
12. Какие основные виды медиабизнеса вы знаете? Приведите пример.
13. Каким образом разграничиваются внутренняя и внешняя среда бизнеса? Ответ аргументируйте.
14. Каковы основные подходы к определению медиаменеджмента? Ответ аргументируйте.
15. Миф является инструментом идеологии. Выявите функции политического мифа.
16. Модели развития массмедиа как социального института. Приведите пример.
17. Можно ли считать миф базисным феноменом культуры? Ответ аргументируйте.
18. Особенность мифа как коммуникативной системы. Приведите пример.
19. Перечислите основные модели управления и виды менеджмента.
20. Почему телевидение, трактующее реальные события, считается «фабрикой мифов»?
21. Роль Интернета в развитии электронного медиаменеджмента.
22. Современные инновации аудиовизуального медиаменеджмента
23. Что такое кластер креативных индустрий?
24. Что такое управление медиапространством? В чем заключается его интегрирующая роль?
25. Опишите правила поведения сотрудника масс-медиа при военных конфликтах

### **Задание 3 типа**

1. Представьте в виде графа вопрос «Ответственность рекламодателя, рекламопроизводителя и рекламодателем за нарушение законодательства о рекламе. Контрреклама как опровержение ненадлежащей рекламы».
2. Оформите в виде структурной схемы алгоритм организации публичных конкурсов (ГК РФ).
3. Рассмотрите понятие авторского права в российской юридической доктрине как права интеллектуальной собственности (Сфера распространения авторского права).
4. Рассмотрите на примерах вопрос «Авторские имущественные и неимущественные права».
5. Использование произведения: авторский договор передаче исключительных прав.
6. Опишите и проиллюстрируйте смежные права: права исполнителей на их исполнения и постановки, права производителей фонограмм на их фонограммы, права организаций эфирного вещания на их передачи в эфир, права организаций кабельного вещания на их передачи для всеобщего сведения.
7. Раскройте и проиллюстрируйте понятие «Защита авторских и смежных прав». Деятельность Российского авторского общества (Указ Президента РФ от 7.10.1993 «О государственной политике в области авторского права и смежных прав»)
8. Деятельность авторских обществ в других странах мира (SESAC и BMI в США, PRS в Великобритании, GEMA в Германии).
9. Рассмотрите правила заключения авторского договора. Поясните отличие авторского договора от договоров лицензионного, подряда и найма.
10. Опишите и проиллюстрируйте порядок проведения тендеров в медиабизнесе.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

## УТВЕРЖДАЮ

Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Технологии продвижения контента в Интернете

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Технологии продвижения контента в Интернете» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

### Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в Блок 1 «Дисциплины и модули обязательной части».

### Цели изучения дисциплины:

Формирование у студентов профессиональных компетенций в области эффективного продвижения контента в Интернете с использованием современных технологий и инструментов цифрового маркетинга.

### Задачи изучения дисциплины:

1. Изучить современные технологии и инструменты продвижения контента в сети Интернет, включая SEO, SMM, контекстную и таргетированную рекламу.
2. Ознакомить с принципами работы поисковых систем и алгоритмами ранжирования контента, чтобы понимать, как обеспечить видимость материалов в сети.
3. Обучить методам анализа целевой аудитории и сегментирования рынка для разработки эффективных стратегий продвижения контента.
4. Научить использовать социальные медиа и платформы для увеличения охвата и вовлечения аудитории, а также для создания взаимодействия с пользователями.
5. Развить навыки создания качественного и востребованного контента, соответствующего интересам и потребностям целевой аудитории.
6. Познакомить с инструментами веб-аналитики для оценки эффективности продвижения и принятия обоснованных решений на основе данных.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и ин-формационно-коммуникационные технологии	ОПК-6	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	ОПК-6.1.1.1. тренды и тенденции развития технического оборудования	ОПК-6.1.2.1. применять современное техническое оборудование в производстве медийных продуктов	ОПК-6.1.3.1. применения современного технического оборудования в производстве медийных продуктов	Кейсы/ Ситуационный практикум
		ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	ОПК-6.2.1.1. методы интеграции современных технических инструментов в медиакоммуникации	ОПК-6.2.2.1. применять современные технические инструменты в медиакоммуникации	ОПК-6.2.3.1. использования современных технических инструментов в медиакоммуникации	

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1												
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл	
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы						
Современные технологии и инструменты продвижения контента в Интернете	2					4				30	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;	
Стратегии эффективного продвижения и анализ результатов	2					4				30	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;	
Всего в семестре, час	4 из 4					8				60 из 60	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8										
Итоговый контроль	Зачет											
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72											

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Современные технологии и инструменты продвижения контента в Интернете*

#### 1. Поисковая оптимизация (SEO):

- Принципы работы поисковых систем.
- Алгоритмы ранжирования и факторы, влияющие на позиции в выдаче.
- Ключевые слова и семантическое ядро.
- Техническое SEO: оптимизация структуры и кода сайта.
- Локальное SEO и мобильная оптимизация.

#### 2. Маркетинг в социальных сетях (SMM):

- Роль социальных медиа в продвижении контента.
- Особенности разных социальных платформ (Facebook, Instagram, Twitter, VK, TikTok).
- Создание и управление сообществами.
- Контент-стратегия для социальных сетей.
- Методы увеличения вовлеченности и охвата аудитории.

#### 3. Контекстная и таргетированная реклама:

- Основы контекстной рекламы (Google Ads, Яндекс.Директ).
- Настройка таргетированной рекламы в социальных сетях.
- Ретаргетинг и его применение.
- Создание эффективных рекламных объявлений.
- Оценка эффективности рекламных кампаний.

#### 4. Контент-маркетинг и вирусное продвижение:

- Стратегии контент-маркетинга.
- Создание визуального и интерактивного контента.
- Принципы вирусного контента и его распространение.
- Использование блогеров и инфлюенсеров в продвижении.
- Case study успешных контент-маркетинговых кампаний.

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Новые технологии в цифровом маркетинге: - Искусственный интеллект и машинное обучение в продвижении. - Голосовой поиск и его влияние на контент. - Использование AR и VR технологий. - Чат-боты и автоматизация маркетинга. - Персонализация и предиктивный анализ в работе с аудиторией.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,  
источниками в сети Internet  
Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

### **Стратегии эффективного продвижения и анализ результатов**

1. Анализ целевой аудитории и сегментирование рынка:
  - Методы исследования аудитории.
  - Создание портретов (персон) пользователей.
  - Психографическое и демографическое сегментирование.
  - Потребности и мотивы целевой аудитории.
  - Использование данных для адаптации контента.
2. Веб-аналитика и оценка эффективности:
  - Основные метрики и показатели эффективности (KPI).
  - Знакомство с инструментами веб-аналитики (Google Analytics, Яндекс.Метрика).
  - Анализ пользовательского поведения на сайте.
  - A/B тестирование и его роль в оптимизации.
  - Интерпретация данных и принятие решений на их основе.

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Разработка комплексных стратегий продвижения: - Постановка целей и задач продвижения. - Планирование этапов и каналов продвижения. - Интеграция SEO, SMM и рекламы в единую стратегию. - Бюджетирование и распределение ресурсов. - Мониторинг и адаптация стратегии в реальном времени.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,  
источниками в сети Internet  
Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для магистров и аспирантов высших учебных заведений / С. Л. Балова, И. В. Грошев, Ю. А. Давыдова [и др.] ; под редакцией Н. Д. Эриашвили, И. В. Грошева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-238-03060-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141632.html>

### **Дополнительная литература**

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под редакцией А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89369.html>

### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <https://www.cossa.ru/>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Технологии продвижения контента в Интернете» проводится в форме зачета.

#### **Оценочные средства:**

Зачет, ситуационный практикум.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

#### **Суммарное количество баллов:**

**-70 и более (зачтено)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-Менее 70 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

### *Кейсы/Ситуационный практикум. Современные технологии и инструменты продвижения контента в Интернете*

Кейс: Продвижение нового бренда модной одежды в интернете

#### ### Задание 1: Анализ рынка и целевой аудитории

Цель задания: Изучить рыночную среду и определить целевую аудиторию для запуска кампании по продвижению нового бренда модной одежды.

Задачи:

##### 1. Исследование рынка:

- Проведите анализ текущего состояния рынка модной одежды в вашей стране. Определите ключевых игроков, тренды и потенциальные возможности для нового бренда.
- Изучите онлайн-платформы (социальные сети, торговые площадки) для продвижения одежды. Оцените, какие из них наиболее популярны у целевой аудитории.

##### 2. Определение целевой аудитории:

- Проведите сегментацию потенциальной аудитории по возрасту, полу, интересам, уровню дохода и поведению в сети.
- Создайте аватары нескольких типичных представителей целевой аудитории. Опишите их предпочтения, проблемы и мотивации, которые могут влиять на покупательские решения.

##### 3. Конкурентный анализ:

- Выберите 3-5 конкурентов, работающих на том же рынке, и проанализируйте их стратегии онлайн-продвижения.
- Составьте свод анализируемых тактик конкурентов и сделайте выводы, которые могут быть полезны для вашего проекта.

Формат выполнения: Презентация (10-15 слайдов) с выводами и предложениями.

#### ### Задание 2: Разработка стратегии продвижения

Цель задания: Разработать эффективную стратегию продвижения контента для нового бренда модной одежды в интернете.

Задачи:

##### 1. Позиционирование и УТП:

- Разработайте уникальное торговое предложение (УТП) и определите позиционирование бренда на рынке.
- Продумайте ключевые сообщения, которые следует донести до целевой аудитории.

##### 2. Планирование контент-стратегии:

- Сформируйте основную идею и тематику контента, который будет использоваться для продвижения (видео, статьи, посты в соцсетях и т.д.).
- Определите ключевые каналы продвижения (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube и т.д.) и типы контента, которые будут эффективны для каждого из них.

##### 3. Разработка медиа-плана:

- Составьте календарь публикаций на 3 месяца с упором на значимые события (запуски новых коллекций, праздники и т.д.).
- Рассчитайте бюджет рекламной кампании и распределите его по выбранным каналам с учетом специфики и особенностей аудитории.

##### 4. Оценка эффективности:

- Определите ключевые метрики (KPI) для оценки успеха кампании (охват, вовлеченность, конверсии и т.д.).
- Разработайте план мониторинга и анализа результатов кампании для своевременной корректировки стратегии.

## **Кейсы/Ситуационный практикум. Стратегии эффективного продвижения и анализ результатов**

Кейс: Продвижение нового бренда модной одежды в интернете

### ### Задание 1: Анализ рынка и целевой аудитории

Цель задания: Изучить рыночную среду и определить целевую аудиторию для запуска кампании по продвижению нового бренда модной одежды.

Задачи:

#### 1. Исследование рынка:

- Проведите анализ текущего состояния рынка модной одежды в вашей стране. Определите ключевых игроков, тренды и потенциальные возможности для нового бренда.
- Изучите онлайн-платформы (социальные сети, торговые площадки) для продвижения одежды. Оцените, какие из них наиболее популярны у целевой аудитории.

#### 2. Определение целевой аудитории:

- Проведите сегментацию потенциальной аудитории по возрасту, полу, интересам, уровню дохода и поведению в сети.
- Создайте аватары нескольких типичных представителей целевой аудитории. Опишите их предпочтения, проблемы и мотивации, которые могут влиять на покупательские решения.

#### 3. Конкурентный анализ:

- Выберите 3-5 конкурентов, работающих на том же рынке, и проанализируйте их стратегии онлайн-продвижения.
- Составьте свод анализируемых тактик конкурентов и сделайте выводы, которые могут быть полезны для вашего проекта.

Формат выполнения: Презентация (10-15 слайдов) с выводами и предложениями.

### ### Задание 2: Разработка стратегии продвижения

Цель задания: Разработать эффективную стратегию продвижения контента для нового бренда модной одежды в интернете.

Задачи:

#### 1. Позиционирование и УТП:

- Разработайте уникальное торговое предложение (УТП) и определите позиционирование бренда на рынке.
- Продумайте ключевые сообщения, которые следует донести до целевой аудитории.

#### 2. Планирование контент-стратегии:

- Сформируйте основную идею и тематику контента, который будет использоваться для продвижения (видео, статьи, посты в соцсетях и т.д.).
- Определите ключевые каналы продвижения (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube и т.д.) и типы контента, которые будут эффективны для каждого из них.

#### 3. Разработка медиа-плана:

- Составьте календарь публикаций на 3 месяца с упором на значимые события (запуски новых коллекций, праздники и т.д.).
- Рассчитайте бюджет рекламной кампании и распределите его по выбранным каналам с учетом специфики и особенностей аудитории.

#### 4. Оценка эффективности:

- Определите ключевые метрики (KPI) для оценки успеха кампании (охват, вовлеченность, конверсии и т.д.).
- Разработайте план мониторинга и анализа результатов кампании для своевременной корректировки стратегии.

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### **Задания 1 типа**

1. Что такое контент-маркетинг, и каковы его основные задачи?
2. Какие виды контента существуют? Приведите примеры.

3. Чем отличается органический трафик от платного?
4. Что такое SEO, и какие основные факторы влияют на его эффективность?
5. Объясните, что такое ключевые слова, и почему они важны для SEO.
6. Что такое релевантность контента, и как она влияет на ранжирование в поисковых системах?
7. Какие метрики используются для оценки эффективности контент-маркетинга?
8. Что такое целевая аудитория, и как определить ее потребности?
9. Чем отличается контент для социальных сетей от контента для корпоративного блога?
10. Объясните принцип работы алгоритмов ранжирования социальных сетей.
11. Что такое вирусный контент, и каковы его основные характеристики?
12. Какие инструменты можно использовать для анализа эффективности продвижения контента?
13. Объясните понятие "воронка продаж" в контексте контент-маркетинга.
14. Какие существуют методы привлечения внешних ссылок для улучшения SEO?
15. Что такое user-generated content, и как его можно использовать в продвижении?
16. Опишите, как влияет частота публикаций на вовлеченность аудитории.
17. Какие виды рекламы используются в социальных сетях, и чем они отличаются?
18. Что такое таргетинг, и какие его основные виды существуют?
19. Каковы преимущества использования видеоконтента в стратегии продвижения?
20. Какие существуют форматы email-маркетинга, и какие задачи они решают?
21. Чем отличается маркетинг влияния (influencer marketing) от традиционной рекламы?
22. Какова роль аналитики данных в стратегии продвижения контента?
23. Что такое контент-план, и как его составить?
24. Объясните понятие "брендированный контент" и его роль в продвижении компании.
25. Какие существуют методы улучшения вовлеченности аудитории на веб-сайте?

### **Задания 2 типа**

1. Ваш контент не генерирует ожидаемый трафик. Какие шаги вы предпримете для анализа и улучшения ситуации?
2. Вы заметили, что доля органического трафика сайта уменьшается. Какие действия можете предпринять?
3. Компания запустила новую линейку продуктов, но пользователи в соцсетях на неё не реагируют. Как вы можете повысить интерес?
4. Конкуренты успешно используют контент-формат, который не представлен в вашей стратегии. Как вы измените свою стратегию?
5. Один из ваших постов в блоге стал вирусным. Как вы максимально эффективно используете этот успех?
6. Ваша email-кампания имеет низкий коэффициент открытий. Какие могут быть причины, и как вы их устраните?
7. Ваш бренд сталкивается с негативом в социальных сетях. Как вы управляете кризисной ситуацией?
8. Аудитория начального этапа воронки продаж активно взаимодействует с контентом, но до финальной стадии доходит мало людей. Что вы можете сделать?
9. Ваши видеоматериалы имеют мало просмотров. Какие изменения в стратегии продвижения нужно сделать?
10. Упоминаемость вашего бренда растёт, но это не приводит к конверсии. Каковы ваши шаги?
11. Вы хотите внедрить контент, созданный пользователями. Как вы организуете этот процесс?
12. Ваши конкуренты используют инфлюенсеров, а вы до сих пор нет. Какой подход вы выберете для старта?
13. Вы обнаружили, что ваш сайт долго загружается, а это влияет на трафик. Как вы решите проблему?
14. Аудитория не оставляет комментарии на вашем контенте. Какими способами можно увеличить вовлечённость?
15. Как вы измерите успех вашей новой контент-стратегии, внедрённой три месяца назад?
16. Вы планируете расширение на международный рынок. Как адаптировать существующий контент?
17. Ваша платная реклама не приводит к ожидаемым результатам. Какие изменения следует внести?
18. Партнёрская программа по распространению контента не приносит результатов. Какие альтернативы можно рассмотреть?
19. Вы заметили снижение позиций сайта в поисковой выдаче. Какой план действия вы разработаете?
20. Ваш контент копируется без разрешения третьими лицами. Как защитить материал и реагировать на нарушения?
21. Ограниченный бюджет на маркетинг требует оптимизации. Какие каналы и методы вы сфокусируете?
22. Сезонная кампания показала успешные результаты. Как можно сохранить её эффект в несезонное время?
23. Как вы сможете использовать аналитические данные для улучшения пользовательского опыта на сайте?
24. Ваш основной конкурент выпустил кампанию, привлекающую целевую аудиторию. Как ответить на это?
25. Внедрение автоматизации процессов контент-маркетинга планируется в компании. С чего начнёте?

### **Задания 3 типа**

1. Как выбрать целевую аудиторию для продвижения контента в социальных сетях?
2. Какие инструменты используются для анализа конкурентных стратегий в продвижении контента?
3. Как использовать ключевые слова для улучшения SEO продвижения контента?

4. Какие метрики и KPI необходимо отслеживать при продвижении контента через социальные сети?
5. Как повысить вовлеченность аудитории с помощью интерактивного контента?
6. Как правильно использовать e-mail маркетинг для продвижения контента?
7. Как создать контент-стратегию для разных социальных платформ (например, Instagram, TikTok, YouTube)?
8. Какие виды платной рекламы можно использовать для увеличения охвата контента?
9. Как использовать контент-кураторов для привлечения аудитории?
10. Какие методы SMM наиболее эффективны для продвижения бренда в разных нишах?
11. Как оценить эффективность рекламной кампании в Google Ads?
12. Какие шаги нужно предпринять для создания качественного визуального контента?
13. Как разработать стратегию продвижения контента на YouTube с учетом алгоритмов платформы?
14. Как использовать лидеров мнений (инфлюенсеров) для продвижения контента?
15. Какие сервисы для автоматизации продвижения контента существуют, и как их использовать?
16. Как работать с репутацией бренда в Интернете с помощью контент-маркетинга?
17. Какие техники создания вирусного контента вы знаете? Приведите примеры успешных кейсов.
18. Как интегрировать UGC (контент, созданный пользователями) в контент-стратегию?
19. Какие преимущества дает использование нативной рекламы для продвижения контента?
20. Как правильно формулировать заголовки для привлечения аудитории и улучшения кликабельности?
21. Как настроить и использовать ретаргетинг для увеличения видимости контента?
22. Как использовать аналитические инструменты для оценки эффективности контент-стратегии?
23. Какие методы работы с негативными комментариями или отзывами существуют в контексте SMM?
24. Как адаптировать контент для мобильных устройств и что при этом важно учесть?
25. Как грамотно распределить бюджет между разными каналами продвижения контента (SEO, SMM, контекстная реклама)?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Большие данные и медиааналитика

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

## Цели изучения дисциплины:

сформировать у магистранта представление о медиааналитике как направлении работы современной медиаиндустрии, научить использованию больших данных в цифровых межакоммуникационных проектах

## Задачи изучения дисциплины:

дать знания об основных принципах медиааналитики и медиапрогнозирования на современном этапе развития цифровых медиа

изучить структуру и методики медианализа с применением программных продуктов автоматизированного сбора и анализа данных

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	ОПК-4	ОПК-4.1. Интерпретирует данные социологических исследований о потребностях общества и интересах отдельных аудиторных групп	ОПК-4.1.1.1. методы исследований потребностей общества и интересов отдельных сегментов целевых аудиторий	ОПК-4.1.2.1. собирать и интерпретировать данные исследований потребностей общества и интересов отдельных сегментов целевых аудиторий	ОПК-4.1.3.1. проведения исследований потребностей общества и интересов отдельных сегментов целевых аудиторий	Практикум по решению задач
		ОПК-4.2. Организует процесс изучения аудиторий и использует его результаты, выявленные данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-4.2.1.1. особенности организации процесса изучения аудиторий и анализа данных о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-4.2.2.1. собирать и интерпретировать данные о потребностях общества и целевых групп при подготовке текстов рекламы и связей с общественностью и (или) разработке / реализации иных коммуникационных продуктов	ОПК-4.2.3.1. Подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и разработки коммуникационных продуктов с использованием результатов анализа больших данных и медиааналитики	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1 Медиааналитика как раздел современной журналистики и методология медиаисследований	2		4							30	Практикум по решению задач / 30;
Тема 2 Большие данные и цифровой инструментарий медиааналитики	2		4							30	Практикум по решению задач / 30;
Всего в семестре, час	4 из 4		8							60 из 60	100 (ТКУ+ПА)
		8 из 8									
Итоговый контроль	Зачет										

Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72	
--	----------	--

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1 Медиааналитика как раздел современной журналистики и методология медиаисследований*

Понятийный аппарат в сфере медиааналитики и медиапрогнозирования, взаимосвязь с различными науками (журналистика, маркетинг, математика, социология, медиапсихология, статистика, информационные технологии). Этапы развития методов медиааналитики. Роль медиапрогнозирования в медиа аналитике. Особенности анализа современного медийного поля с учетом цифровых технологий: российские и зарубежные практики. Законодательство в медиаизмерениях. Стандартные задачи медиааналитики: мониторинг медиаполя, анализ конкурентной активности, анализ медиапродукта. Преимущества и недостатки автоматического и ручного сбора данных. Суть традиционных моделей и методов медиаанализа (математические, филологические, социологические методы сбора данных, анализ графических изображений)

Классические модели анализа информационного поля (SIR, модель Далея-Кендалла, теория клеточного автомата, модели с порогами, модель независимых каскадов, модель сетевой автокорреляции, марковская модель влияния и др). Выбор модели с учетом целей, аудитории, событийного контекста и иных параметров).

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Преимущества и недостатки автоматического и ручного сбора данных. Суть традиционных моделей и методов медиаанализа (математические, филологические, социологические методы сбора данных, анализ графических изображений)

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка материалов по практикуму по решению задач

#### **Ссылки:**

<http://mediascope.net/>

<https://wciom.ru/>

<http://romir.ru/>

### *Тема 2 Большие данные и цифровой инструментарий медиааналитики*

Методика исследования цифровой среды Mediascop (пиппетровая технология). Суть технологии Audio Matching System, анализ данных, отсеивание ошибочных данных, прогнозирование сетки вещания. Альтернативные методы измерения. Обзор инструментария веб-аналитики. Анализ отчетов систем медиааналитики. Анализ текстовой информации путем автоматизированного контент-анализа и дискурса. Применения компьютерных систем извлечения данных.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Медиаизмерения и оценка PR-кампаний. Онлайн-опросы в исследованиях медиапотребления. Индустриальные измерения аудитории в цифровой среде

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка материалов по практикуму по решению задач

#### **Ссылки:**

<http://corp.fom.ru/>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### **Основная литература**

1. Сидоров В.А. 10 Рассуждений о социологии журналистики : учебное пособие / Сидоров В.А.. — Санкт-Петербург : Петрополис, 2012. — 312 с. — ISBN 978-5-9676-0456-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/27042.html>

2. Зуев, С. В. Методы анализа данных : учебное пособие / С. В. Зуев. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2023. — 132 с. — ISBN 978-5-4497-2107-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/129059.html>

### ***Дополнительная литература***

1. Техника и технология медиадизайна. Кн.2. Электронные СМИ : учебное пособие / Л.А. Браславец [и др.]. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7567-0968-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86120.html>
2. Кирия, И. В. История и теория медиа : учебник для вузов / И. В. Кирия, А. А. Новикова. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020. — 424 с. — ISBN 978-5-7598-2025-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/101578.html>

### ***Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"***

1. <http://www.consultant.ru>
2. <https://ria.ru>
3. <http://romir.ru/>
4. <http://corp.fom.ru/>
5. <https://wciom.ru/>

### ***Материально-техническая база***

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### ***Лицензионное программное обеспечение***

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### ***Свободно распространяемое программное обеспечение***

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### ***Электронно-библиотечная система***

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### ***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО**

# ДИСЦИПЛИНЕ

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

## **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Проводится в форме зачета

## **Оценочные средства:**

Зачет, практикум по решению задач.

## **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

## **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-20 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

**-50-40** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-39-20** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-19 - 10** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 9** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Практикум по решению задач. Тема 1 Медиааналитика как раздел современной журналистики и методология медиаисследований***

На основе отчетов Mediascore проведите анализ программ-лидеров и программ-аутсайдеров с вещанием - города России с населением тыс.100+, по жанрам. (период - неделя)

- новостной
- аналитический
- художественно-публицистический

2. Проанализируйте процесс формирования основных показателей: рейтинга, доли телепрограммы, среднесуточной доли просмотра

3. Выявите причины низких рейтингов (для каждой группы жанров)

4. Выявите сильные стороны программ с высоким рейтингом

5. Сформируйте несколько сценариев развития программ по каждой группе жанров

6. Ответьте на вопрос - Какой из представленных сценариев наиболее приближен к современным реалиям

### ***Практикум по решению задач. Тема 2 Большие данные и цифровой инструментарий медиааналитики***

Предприятие «N+» (г.К), специализирующееся на изготовлении и установке натяжных потолков, в рамках сезонной рекламной кампании (апрель-май) планирует разместить рекламное сообщение о предстоящей акции и соответствующих скидках для населения г.К и пригорода.

Требования рекламодателя:

- Вид СМИ: газета (приоритет), журналы (специализированные).
- Информационно-рекламные издания; рекламные издания (12+).
- География: ...

- Распространение: бесплатное – в каждый дом; промостойки.
- Тираж: 10 000+
- Позиционирование: 1-я полоса; последняя полоса; рубрики «Ремонт», «Все для ремонта», «Натяжные потолки».
- Размеры модулей (в соответствии с общей концепцией рекламной кампании):  
1/3 полосы (вертикаль) 1/3 по-лосы (горизонталь) 1/2 полосы (го-ризоньаль)
- Цветность: полноцвет, 2 цвета.
- Опишите целевую аудиторию.
- Обоснуйте выбор каждого рекламоносителя.
- Подготовьте медиа-обсчет для рекламодателя с учетом представленных требований и общим объемом рекламной кампании 950 тыс. рублей из них 420-480 тыс. рублей на печатные СМИ.
- Для выполнения задания постройте таблицу в Excel.
- Рассчитайте стоимость рекламного сообщения за тысячу контактов (СРТ) для каждого печатного СМИ.

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### *Задания 1 типа*

1. Понятие медиааналитики и ее особенностей.
2. Инструментарий современных медиаисследований.
3. История медиаисследований в России и мире.
4. Мировые исследовательские медиаагентства.
5. История медиаизмерений в России.
6. Современные отечественные исследовательские медиаагентства.
7. Рейтинг как репрезентация результатов исследования.
8. Мониторинг медиа как инструмент медийного анализа.
9. Современные редакционные метрики и их эффективность.
10. Исследование аудитории медиа.
11. История исследований аудитории медиа в России и мире.
12. Контент-анализ в медиаисследованиях.
13. Медиаизмерения и оценка PR-кампаний.
14. Онлайн-опросы в исследованиях медиапотребления.
15. Индустриальные измерения аудитории в цифровой среде.
16. Открытые цифровые инструменты медиааналитики.
17. Современные цифровые инструменты медиааналитики.
18. Редакционные метрики и их эффективность.
19. Социологические исследования в медиааналитике.
20. Программные продукты Galileo, PaloMARS, TV Planet, Super Nova, (TNS Gallup Media).
21. Программные продукты AGB WorkStation (AGB Television), PROBA-Media, CRATE, DataFriend (Comcon), OptiMedia (Клиент Сервис).
22. Медиабаинг.
23. Характеристики и особенности основных каналов размещения: Пресса.
24. Характеристики и особенности основных каналов размещения: ТВ – Радио.
25. Характеристики и особенности основных каналов размещения: Internet

### *Задания 2 типа*

1. Что представляет собой медиаанализ?
2. Каковы цели и задачи медиаанализа?
3. Какие функции выполняет медиааналитика?
4. Какие навыки необходимы для успешной работы медиапланера?
5. Какие типы медиаканалов могут быть использованы при размещении рекламы?
6. Каким образом медиапланер может повлиять на успех рекламной кампании компании?
7. В чем заключается совместное использование нескольких медиа при медиапланировании?
8. Какие особенности медиапланирования для высокодоходной группы следует учитывать?
9. Что такое охват медиа кампании (Reach / Cover)
10. Что означает показатель OTS (opportunity to see)?
11. Чем определяется частота рекламного сообщения (Average Frequency)?
12. Что такое доля голоса (share of voice, SOV) в медиапланировании?
13. Какие недостатки у программы TV Planet?

14. В чем особенности использования Super Nova для медиапланирования?
15. Чем выделяется программа AGB WorkStation на рынке медиапланирования?
16. Какие особенности у программы PROBA-Media?
17. Какие преимущества и недостатки размещения рекламы в журналах?
18. Как радио и телевидение могут быть использованы в качестве рекламоносителей?
19. Какие возможности предоставляет Интернет как рекламоноситель?
20. Перечислите мировые исследовательские медиаагентства.
21. Перечислите современные отечественные исследовательские медиаагентства.
22. Что такое редакционная метрика?
23. Что такое воронка доскроллов?
24. Какие специализированные методы исследования СМИ Вы знаете?
25. Какие инструменты для онлайн-опросов может использовать журналист?

### ***Задачи 3 типа***

1. Какие формы подачи результатов медиаисследований Вам известны? Перечислите и кратко охарактеризуйте, а также предложите проект медиаисследования, сформулировав цель и задачи
2. С помощью дашборда проиллюстрируйте любые результаты исследования медиаканалов (например, аудиторию медиа)
3. Какие инструменты аналитики есть в Яндекс.Аналитика? Продемонстрируйте знание функционала
5. Опишите основные этапы медиаисследования, выберите тематику и обоснуйте актуальность этого медиаисследования

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### **Фандрайзинг в медиа: работа с фондами (участие в грантах) и меценатами**

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Фандрайзинг в медиа: Работа с фондами (участие в грантах) и меценатах» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 *Медиакоммуникации*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. № 531.

Дисциплина «Фандрайзинг в медиа: Работа с фондами (участие в грантах) и меценатах» предполагает осмысление обучающимся методологии краудфандинга в медиабизнесе, с целью внедрения на новые или существующие рынки товара (услугу)-новинку и презентации сформированного проекта, что дает целостное представление о месте и роли краудфандинга в комплексе продвижения, раскрывает технологии стратегической интеграции краудфандинга в интернете, с целью привлечения инвестиций.

Основное содержание дисциплины направлено на понимание и осмысление видов краудфандинга и особенностей планирования настоящего проекта.

### Цели изучения дисциплины:

Целью изучения дисциплины «Фандрайзинг в медиа: Работа с фондами (участие в грантах) и меценатах» является создания условий для усвоения обучающимися методологии планирования и реализации проекта (коммерческого/ социального(культурологического)), в соответствии с потребностями ЦА, а также проявить себя как талантливый стартапер, желающий воплотить свой проект в жизнь, но не имеющий на это финансов.

### Задачи изучения дисциплины:

создание представления у обучающихся об алгоритмах разработки фандрайзинг кампаний

сформировать понимание различий между видами проектов в краудфандинге;

развить навыки WEB-аналитики фандрайзинг -проектов, востребованных в сферах медиабизнеса

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности	ОПК-7	ОПК-7.1. Осуществляет профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений. Применяет при разработке и реализации коммуникационного продукта принципы социальной ответственности	ОПК-7.1.1.1. профессиональную деятельность в сфере рекламы и связей с общественностью в цифровых медиа	ОПК-7.1.2.1. Осуществлять профессиональную деятельность в сфере цифровых рекламы и связей с общественностью с учетом оценки и прогнозирования возможных эффектов разрабатываемых коммуникационных решений	ОПК-7.1.3.1. Применения при разработке и реализации коммуникационного продукта принципов социальной ответственности при реализации коммуникационных рекламных и PR-кампаний в цифровых медиа	Доклад-презентация и дискуссия  Практикум по решению задач  Творческое задание
		ОПК-7.2. Осуществляет отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом	ОПК-7.2.1.1. принципы социальной ответственности и этические нормы, принятые профессиональным сообществом при реализации коммуникационных рекламных и PR-кампаний в цифровых медиа	ОПК-7.2.2.1. Осуществлять отбор информации, профессиональных средств и приемов в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами, принятыми профессиональным сообществом при реализации коммуникационных рекламных и PR-кампаний в цифровых медиа	ОПК-7.2.3.1. отбора информации, профессиональных средств и приемов при реализации коммуникационных рекламных и PR-кампаний в цифровых медиа	

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Основы фандрайзинга	2	2							14	Доклад-презентация и дискуссия / 20;	
Структура фандрайзинг проекта	2		2						14	Практикум по решению задач / 20;	
Продвижение фанд-райзинг проекта в медиабизнесе	2	2							14	Доклад-презентация и дискуссия / 20;	
Коммуникации с фондами и меценатами	2	2							14	Творческое задание / 20;	
Всего в семестре, час	8 из 8	6	2						56 из 56	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8									
Итоговый контроль	Экзамен										
Итоговый экзамен (в академических часах)	36										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Основы фандрайзинга*

Введение. Цели и задачи курса.

Основные типы крауд-технологий- Фандрайзинг, краудфандинг, краудсорсинг — общие черты и отличия

Зарождение и развитие краудфандинга. Терминология. Крауд финансирование как особый вид венчурного финансирования. Задачи краудфанд-проекта. Краудфандинг в медиабизнесе.

Длительность проекта. Основные правила запуска крауд-проектов

#### **Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Фандрайзинг, краудфандинг, краудсорсинг — основные отличия..

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

<https://kislrod.io/prosto-o-slozhnom/s-miru-po-nitke-kraudfandingovyje-i-fandrajzingovyje-platformy/>

#### *Структура фандрайзинг проекта*

Цель проекта. Финансовая цель. Расчет финансовой цели, условия сотрудничества с крауд- платформой и налоги. Срок проекта. Текстовое описание. Видеообращение. Акции. Типы акций. Основные правила составления акций. Текстовое описание акций. Варианты возможных акций.

Доставка акций. Отправки «Почтой России».

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Цель проекта. Финансовая цель. Расчет финансовой цели, условия сотрудничества с крауд- платформой и налоги. Срок проекта.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,  
источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://kislodod.io/prosto-o-slozhnom/s-miru-po-nitke-kraudfandinyovyje-i-fandrajzinyovyje-platfomy/>

**Продвижение фанд-райзинг проекта в медиабизнесе**

Типы старта проекта: теплый и холодный. Позиционирование проекта. Мотивы для поддержки. Аудитория проекта. Работа со СМИ и лидерами мнений, их виды. Создание базы контактов для продвижения проекта. Написание пресс-релиза. Отправка пресс-релиза и последующее общение с журналистами и блогерами. Продвижение в социальных сетях (SMM).

**Формы контроля:**

Доклад-презентация и дискуссия

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Создание базы контактов для продвижения проекта. Написание пресс-релиза.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://kislodod.io/prosto-o-slozhnom/s-miru-po-nitke-kraudfandinyovyje-i-fandrajzinyovyje-platfomy/>

**Коммуникации с фондами и меценатами**

Коммуникация с фондами. Коммуникации с меценатами. Гранты и их виды. Меценаты и спонсоры. Особенности и перспективы фандрайзинга в России. Практическое значение фандрайзинг технологий как способа привлечения инвестиций.

**Формы контроля:**

Творческое задание

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Особенности и перспективы краудфандинга в России.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

**Ссылки:**

<https://kislodod.io/prosto-o-slozhnom/s-miru-po-nitke-kraudfandinyovyje-i-fandrajzinyovyje-platfomy/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Управление маркетингом : учебник и практикум / Д.В. Тюрин [и др.]. — Москва : Дашков и К, 2023. — 366 с. — ISBN 978-5-394-05444-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144208.html>

**Дополнительная литература**

1. Кметь, Е. Б. Управление маркетингом : учебник / Е. Б. Кметь, А. Г. Ким. — Саратов : Вузовское образование, 2016. — 284 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/43373.html>

2. Сергеева З.Н. Основы интегрированных коммуникаций : учебное пособие / Сергеева З.Н.. — Новосибирск : Новосибирский государственный технический университет, 2016. — 91 с. — ISBN 978-5-7782-2879-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/91639.html>

### ***Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"***

1. [www.planeta.ru](http://www.planeta.ru)
2. [www.cbr.ru](http://www.cbr.ru)

### ***Материально-техническая база***

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### ***Лицензионное программное обеспечение***

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### ***Свободно распространяемое программное обеспечение***

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### ***Электронно-библиотечная система***

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### ***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### ***Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:***

Зачет

### ***Оценочные средства:***

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Процедура оценивания:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5баллов

Задание 3: 0-10 баллов

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

**-50-40** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-39-20** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-19 - 10** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 9** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### **Доклад-презентация и дискуссия. Основы фандрайзинга**

Темы докладов-презентаций

1. <http://xn----ctbjmkbrdkxl.xn--p1ai/kraudfanding-sushhnost-preimushhestva-i-riski/> target="\_blank" rel="noopener">Краудфандинг: сущность, преимущества и риски
2. <http://xn----ctbjmkbrdkxl.xn--p1ai/samye-krupnye-rossijskie-ploshhadki-kraudfandinga/> target="\_blank" rel="noopener">Самые крупные российские площадки краудфандинга
3. <http://nkozakon.ru/events/kraudfanding-ogranichivat-ili-pomogat/> target="\_blank" rel="noopener">Развитие краудфандинга на примере других стран
4. <http://xn----ctbjmkbrdkxl.xn--p1ai/10-rossijskih-kraudfandingovyh-ploshhadok/> target="\_blank" rel="noopener">10 российских краудфандинговых площадок
5. <http://xn----ctbjmkbrdkxl.xn--p1ai/chto-takoe-kraudfanding-kraudsorsing-i-fandrajzing/> target="\_blank" rel="noopener">Что такое краудфандинг, краудсорсинг и фандрайзинг?
6. <http://xn----ctbjmkbrdkxl.xn--p1ai/obzor-kraudfandingovyh-ploshhadok-pobedit-ideyu-vsej-tolpoj/> target="\_blank" rel="noopener">Обзор краудфандинговых площадок: победить идею всей толпой
7. Механизмы коммерциализация социального проекта
8. Краудфандинг в медиабизнесе.
9. Краудфандинг в политике.
- 10 Тема определяется студентом самостоятельно

### **Доклад-презентация и дискуссия. Продвижение фанд-райзинг проекта в медиабизнесе**

Представить компанию в форме презентации Power point (10-15 слайдов)

Темы докладов-презентаций

- 1.Типы старта проекта: теплый и холодный
2. Позиционирование проекта.
3. Мотивы для поддержки.
4. Аудитория проекта.
5. Работа со СМИ и лидерами мнений, их виды.
- 6.Написание пресс-релиза
- 7.Общение с журналистами и блогерами.
8. Продвижение в социальных сетях (SMM).

### **Практикум по решению задач. Структура фандрайзинг проекта**

У предпринимателя есть бизнес-идея и для её реализации он планирует открыть стартап, для чего ему необходимы средства в размере 1200000 рублей.

Предприниматель решает привлечь средства через краудфандинг: описывает свою бизнес-идею, обещает вернуть «донорам» средства с процентами в размере 8% без указания срока возврата средств.

Бизнес-идея показалась интересной и перспективной 1800 «донорам» и они передали средства предпринимателю. Предприниматель организовал стартап и продал его через год за 1800000 рублей.

Сколько средств в среднем передал предпринимателю один «донор»? Сколько средств предприниматель перечислил

«донорам» (выплатил по своим обязательствам)?  
Какую прибыль получил предприниматель?

### **Творческое задание. Коммуникации с фондами и меценатами**

1. Обоснование социальной значимости проекта. Выбрать задачу, которую необходимо решить с помощью полученных ресурсов. Установить временные рамки.
2. Постановка цели кампании.
3. Создание информационного банка данных.
4. Сегментация возможных спонсоров. Проанализировать прошлый опыт сбора средств, определить своих сторонников, к которым можно обратиться в первую очередь. Определить, к кому можно еще обратиться.
5. Обоснование целевых спонсоров. Продумать аргументы в свою пользу. Проанализировать возможные мотивы потенциальных спонсоров, какие из них можно поощрить.
6. Разработка целевых программ фандрайзинга. Согласовать внутри организации методы сбора средств.
7. Подготовить и размножить материалы для предоставления спонсорам (пресс-релиз, материалы спонсорского пакета и.д.).
8. Создание группы помощников (тех, кто непосредственно будет собирать пожертвования). Что нужно сделать: - убедиться, что они имеют необходимую информацию и материалы для своей работы; - провести тренинг, мастер-класс; - учитывать мотивацию волонтеров; - показать им Вашу уверенность в необходимости достижения цели проекта.
9. Установить порядок контроля за поступлением средств. Например, ящик для пожертвований должен быть опечатан, на его выставление должен быть приказ организации, выемка средств должна быть заверена актом, полученные средства – оприходованы и переведены на счет организации. Несоблюдение этих условий может повлечь административную ответственность.

10. Оценка результатов кампании фандрайзинга.

#### **Материалы спонсорского пакета:**

1. Литературное описание проекта (акции).
2. Программное описание проекта.
3. Поддержка проекта.
4. Бюджет проекта.
5. Спонсорские градации.
6. Спонсорская реклама и PR.
7. СМИ.
8. Прогноз спонсорского эффекта. Проект, заслуживающий финансирования, должен: - быть ясным, четким; - содержать фактические материалы, таблицы, схемы и др.; - быть важным – как для организации, так и для решения той проблемы на которую данный проект направлен; - быть эффективным; - быть реалистичным; - быть экономичным; - быть актуальным; - соответствовать интересам спонсора и его благотворительной политике; - обладать оптимальной стоимостью для спонсора; - при кооперировании с другими организациями, следует обсудить проблему и проект с ними. Составление и отправление письма-запроса.

#### **Функции письма-запроса спонсору:**

1. Объясняет, почему организация обратилась именно к этому спонсору.
2. Объясняет, необходимость данного проекта и суть проблемы, содержит ясную информацию о задачах, ожидаемых результатах, методах и стоимости выполнения проекта.
3. Убеждает, почему именно эта организация способна выполнить такой проект, характеризует деятельность, достижения и квалификацию организации.
4. Указывает размеры спонсирования, совокупные затраты и возможные выгоды от участия в проекте.

#### **Формы письма-запроса:**

- личное обращение к перспективному спонсору (лучше всего);
- обращение-просьба к группе потенциальных спонсоров в виде публичного обращения через авторитетные СМИ;
- обращение к потенциальным спонсорам по телефону;
- рассылка писем-запросов по электронной почте.

#### **Требования к оформлению письма-запроса:**

- Максимальный объем письма-запроса – 1 страница.
- Пишется на фирменном бланке.
- В основе обращения должна лежать модель AIDA, где А – attention (внимание), I – interest (интерес), D – desire (желание), A – action (действие), и для привлечения внимания и интереса читателя нужно писать о том, что для него важно.

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### **зачет**

##### **Задания 1-го типа**

1. Дайте определение термину «краудфандинг»?
2. Дайте определение термину «фандрайзинг»?

3. Дайте определение термину «краудлендинг»?
4. В чем ключевое отличие «краудфандинга» и «фандрайзинга»
5. В чем состоят общие черты «краудфандинга» и «фандрайзинга»
6. В чем ключевое отличие «крауд»проектов от кредитования?
7. В чем ключевое отличие «крауд»проектов от благотворительности?
8. В чем ключевое отличие «крауд»проектов от инвестирования?
9. В чем ключевое отличие «крауд»проектов от грантов?
10. В чем ключевое отличие «крауд»проектов от государственного финансирования?
11. Расскажите о Зарождении краудфандинга
12. Назовите этапы развитие краудфандинга
13. Основные понятия в теории краудфандинга
14. Краудфандинг в медиабизнесе
15. Краудфандинг в политике
16. Краудфандинг в сфере культуры и искусства
17. Краудфандинг в сфере высоких технологий
18. Особенности и перспективы краудфандинга в России
19. Государственное регулирование краудфандинга
20. Общественное саморегулирование краудфандинга
21. Работающие краудфандинговые площадки в мире
22. Работающие краудфандинговые площадки в России
23. Разновидности доноров и как работать с ними
24. Способы привлечения частных пожертвований через интернет
25. Основы оформления пожертвований

#### **Задания 2 типа.**

1. Существует несколько источников средств для реализации социальных проектов: это и бизнес, и государство, и фонды, и ресурсы частных лиц. Как вы думаете, почему важно привлекать частные пожертвования? Приведите несколько аргументов «за»:

2. Как вы думаете, почему важно привлекать частные пожертвования? Приведите несколько аргументов «Против»:

3. Представьте, что вы читаете отчет по рейтингу мировой благотворительности через 10 лет — в 2031 году. Там написано: «Российская Федерация в прошедшем году заняла 10-е место в мире по доле населения, регулярно совершающего денежные пожертвования. Как минимум половина населения этой страны регулярно жертвует средства НКО. Стремительный рост числа частных пожертвований в Российской Федерации обусловлен несколькими факторами, среди которых...» (закончите предложение, обоснуйте)

4. *Какие факторы будут препятствовать частным пожертвованиям?*

5. *В чем принципиальное отличие частных пожертвований в благотворительности и крауд проектах?*

6. *Какое позиционирование будет успешно у крауд проекта?*

7. *Фандрайзинг и волонтерство, в чем сходство и различие?*

8. *Как государство может поддержать крауд проекты и почему?*

9. *Как бизнес может поддержать крауд проекты и почему?*

10. Что в организациях (предприятиях) и внешней среде мешает заниматься краудфандингом, чего недостает?

11. Что уже есть в организациях и во внешней среде, что поможет организации начать работать с частными донорами в самое ближайшее время

12. Для организации, привлекающей частные пожертвования, важно понимать, какую сумму чаще всего люди ей жертвуют, а также какие суммы люди в принципе готовы жертвовать НКО и делают это наиболее часто. Если посмотреть на активность частных доноров, то какую сумму чаще всего жертвует один человек за один раз?

13. *Какие факторы влияют на размер пожертвований?*

14. Представьте себя на месте донора. Выделите из личного бюджета сумму (любую), которую вы готовы потратить как частный донор. Найдите организацию, которой вы хотите пожертвовать выделенные средства. Определитесь со способом передачи пожертвования. Передайте пожертвование выбранной организации (по желанию). Опишите ваши впечатления.

15. Ответьте на вопросы. Какие этические дилеммы возникали и возникают у организации при сборе частных пожертвований?

16. Как организации справляются с этическими дилеммами?

17. Есть ли в той или иной организации документы, которые описывают этические принципы в крауд-проекте?

18. Какие способы сбора частных пожертвований организации, скорее всего, будет использовать, если начнут работать с частными донорами?

19. Какие способы сбора пожертвований организации, скорее всего, будет использовать, если начнут работать с корпоративными донорами??

20. Какие способы сбора можно использовать для получения государственного финансирования?

21. Как можно повысить эффективность тех способов привлечения практик частных пожертвований, которые уже используют в организациях?
22. Какие платежные механизмы организации, скорее всего, будет использовать, если начнут работать с частными донорами?
23. Какие новые платежные механизмы возможно начать использовать в ближайшее время организациям?
24. Какие способы и механизмы — из тех, что используют организации для привлечения частных пожертвований— приносят больше всего средств (за вычетом затрат)?
25. Какие способы и механизмы — из тех, что используют организации для привлечения частных пожертвований наименее эффективны и почему?

### **Задания 3 типа**

1. Если бы вы лично были не сотрудником/волонтером, а донором собственной организации — каким способом вы предпочли бы совершить пожертвование, через какой механизм передать его и в каком виде получить благодарность? Каким способом точно и с удовольствием совершил(а) бы пожертвование. Через какой механизм передал(а) бы средства. В каком виде предпочел/предпочла бы получить благодарность?
2. В наше время большинство организаций имеет и представительство в интернете, и живую работу в физическом окружении. В работе с частными пожертвованиями организации также сочетают интернет и жизнь — и пропорции этого сочетания у всех разные. Ваша работа с частными пожертвованиями сейчас в основном происходит/в ближайшее время будет происходить (выберите один вариант): Больше в физическом окружении, чем в интернете/социальных сетях. В равной мере и в интернете/социальных сетях, и в физическом окружении. Больше в интернете/социальных сетях, чем в физическом окружении.
3. Пожалуй, не стоит объяснять, зачем НКО, занимающейся привлечением частных пожертвований, юридически правильно оформлять эту деятельность. Насколько грамотно, как вам кажется, сейчас оформляются в вашей НКО привлеченные частные пожертвования? Выберите один ответ: Не привлекаем частные пожертвования. Оформляются отлично. Мы уверены, что с точки зрения юридических и бухгалтерских требований у нас все идеально. Оформляются хорошо. В основном юридические и бухгалтерские требования выполняются, но могут быть отдельные недочеты. Оформляются неважно. Выполняются отдельные юридические и бухгалтерские требования, но в целом есть над чем поработать. Практически не оформляются. Сейчас юридические и бухгалтерские требования выполняются очень слабо.
4. Как вы считаете, какие ловушки подстерегают тех, кто начинает работать с частными пожертвованиями? Какие распространенные ошибки вы знаете? Какие советы можете дать себе и коллегам?
5. Кто является в основном фандрайзером в организациях? Выберите из предложенного: Руководитель Все понемногу Директор по развитию Фандрайзер Фандрайзинговый отдел Другое (укажите, кто именно).
6. Из каких источников преимущественно получают ресурсы на реализацию своих благотворительных проектов и программ?
7. Какие методики применяются, прежде чем остановиться на конкретном методе привлечения средств.
8. Опишите содержание формы досье на донора/спонсора.
9. Правила, которые облегчают жертвователю принятие решения и его выполнение
10. Технология планирования и проведения краудфандинговой компании. Алгоритм планирования и проведения краудфандинговой компании.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Продюсирование съемок в цифровых медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Продюсирование съемок в цифровых медиа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017

Дисциплина «Продюсирование съемок в цифровых медиа» направлена на формирование понимания обучающимися общих закономерностей, а также сходств и различий видов, уровней и форм коммуникации. Особое внимание уделяется методам и технологиям продюсерской деятельности в медиакоммуникациях. В рамках курса формируется понимание возможностей практического приложения технологий продюсирования в съемках в цифровых медиа. Обучающиеся осваивают навыки продюсирования и профессионального взаимодействия в цифровых медиа, а также осмысления перспектив развития медиапроектов.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

**Целью** изучения дисциплины «Исполнительное продюсирование медиапроектов» является формирование представления обучающихся о структуре современного медиабизнеса, целях, задачах продюсеров, а также об основных технологиях, используемых в продюсировании съемок.

### Задачи изучения дисциплины:

- формирование у обучающихся знания о продюсировании съемок;
- достижение понимания методов и технологий в продюсировании в цифровых медиа.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в медиакоммуникаций	ПК-1	ПК-1.1. Знает все особенности функционирования медиарынка	ПК-1.1.1.1. особенности функционирования медиарынка	ПК-1.1.2.1. выявлять особенности функционирования медиарынка	ПК-1.1.3.1. работы с медиарынком	Практикум по решению задач
		ПК-1.2. Умеет анализировать медиарынки	ПК-1.2.1.1. методы анализа медиарынка	ПК-1.2.2.1. применять методы анализа медиарынка		
		ПК-1.3. Имеет практический опыт проведения диагностики внутренних систем медиапредприятий	ПК-1.3.1.1. технологии проведения диагностики внутренних систем медиапредприятий	ПК-1.3.2.1. проводить диагностику внутренних систем медиапредприятий и медиапроектов	ПК-1.3.3.1. диагностики внутренних систем медиапредприятий и медиапроектов	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Основы телевидения и кинематографии	2		4							22	Практикум по решению задач / 20;
Тема 2. Редакционно-издательская деятельность	2		4							22	Практикум по решению задач / 20;
Тема 3. Производственная	2		4							20	Практикум по решению

деятельность продюсера										задач / 20;
Тема 4. Дистрибуция аудиовизуального произведения	2		4						20	Практикум по решению задач / 20;
Всего в семестре, час	8 из 8		16						84 из 84	100 (ТКУ+ПА)
		16 из 16								
Итоговый контроль	Экзамен									
Итоговый экзамен (в академических часах)	36									
Общий объем дисциплины (в академических часах)	144 из 144									

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1. Основы телевидения и кинематографии*

Исторический обзор развития телевидения и кинематографии. Структура современного телевизионного и кино рынка. Материально-техническая база телевидения и кинематографии. Основы производства кино и телепродукции. Сетка телевизионного вещания телеканала. Ее структура и факторы, оказывающее влияние на ее формирование. Эфирные заявки. Микрофонные папки. Организация выпуска телевизионного контента в эфир Особенности регулирования телевидения в России и за рубежом.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Организация выпуска телевизионного контента в эфир Особенности регулирования телевидения в России и за рубежом

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

#### **Ссылки:**

<https://mediascope.net>

Профессия — продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 711 с. -(Серия «Медиаобразование»), - ISBN 978-5-238-01810-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/1028552>

### *Тема 2. Редакционно-издательская деятельность*

Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий. Регистрация и лицензирование в области печатных и электронных средств массовой информации. Развитие электронных СМИ. Новостные сайты и агрегаторы. Форумы и чаты. Продюсирование в социальных сетях и блогосфере.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Форумы и чаты. Продюсирование в социальных сетях и блогосфере.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

#### **Ссылки:**

<https://www.mercator.ru>

### *Тема 3. Производственная деятельность продюсера*

Процесс организации информационного производства. Идея. Поиск идеи, утверждение идеи и сценария творческого телепроекта. Определение актуальности. Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта

Предпроизводственная деятельность продюсера. Определение потенциальной аудитории. Разработка тематической и технологической модели телепрограммы. Написание сценария. Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпilog. Создание сценарного плана. Авторские права. Основы производства аудиовизуальной продукции.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Этапы производства медиапродукции. Роль продюсера в производстве.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

**Ссылки:**

<https://www.gfk.com/ru/>

**Тема 4. Дистрибуция аудиовизуального произведения**

Основы дистрибуции аудиовизуального произведения. Первичный рынок сбыта аудиовизуальной продукции. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции. Организация рекламы аудиовизуальной продукции. Производство рекламы аудиовизуальной продукции. Франшиза. Медиарилешнз.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Каналы дистрибуции аудиовизуальной продукции. Виды продвижения аудиовизуальной продукции.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

**Ссылки:**

<http://romir.ru/>

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Основная литература**

Продюсерство. Экономико-математические методы и модели : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям / О. В. Браилова, В. Г. Горчакова, С. С. Есионова [и др.] ; под редакцией Ю. В. Криволуцкого, Л. А. Фунберга. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-02724-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83067.html>

**Дополнительная литература**

1. Олешко Е.В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Олешко Е.В.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-1470-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68341.html>
2. Телевизионная журналистика : учебное пособие для студентов вузов / Г. Н. Бровченко, Ю. И. Долгова, Г. В. Перипечина [и др.] ; под редакцией Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечинной. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-7567-1004-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87958.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <http://www.consultant.ru>
2. MercatorGroup <http://www.mercator.ru>
3. РИА Новости. Россия сегодня <https://ria.ru>
4. GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований <https://www.gfk.com/ru/>
5. Mediascope <http://mediascope.net/>
6. Ассоциация коммуникационных агентств России [http://www.akarussia.ru/files/docs/akar\\_industrialnye\\_standarty\\_prezentaciya.pdf](http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf)

**Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета

#### **Оценочные средства:**

Зачет, практикум по решению задач.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

**-50-40** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-39-20** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно

интерпретирует полученный результат.

**-19 - 10** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 9** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Практикум по решению задач. Тема 1. Основы телевидения и кинематографии***

Задание 1 Формулирование идеи медиапроекта в сфере телевидения или кинематографии.

Заполнение карточки концепции медиапроекта (цель и ожидаемый результат), над которым студенты будут работать в командах на протяжении всего курса.

### ***Практикум по решению задач. Тема 2. Редакционно-издательская деятельность***

Задание 2 Описание портретов целевой аудитории медиапроекта. Составление списка задач для достижения результата.

Заполненная карточка с портретом аудитории проекта. Составление списка задач для реализации проекта и внесение их в task-менеджер (Trello или Asana).

### ***Практикум по решению задач. Тема 3. Производственная деятельность продюсера***

Задание 3 Ресурсы и бюджет медиапроекта.

Заполненная таблица с бюджетом и ресурсами для реализации проекта.

Задание 4 Риски и планирование проекта.

Заполненная таблица с рисками и диаграмма Ганта.

Задание 5 Элементы медиапроекта. Пользовательский сценарий.

Создание сценария пользователя и визуальных элементов медиапроекта.

### ***Практикум по решению задач. Тема 4. Дистрибуция аудиовизуального произведения***

Задание 6 Упаковка финального медиапроекта.

Оформление медиапроекта (дизайн и контент) в виде одностраничного сайта (лонгрида), интерактивного сервиса, многостраничного сайта.

Задание 7 Продвижение медиапроекта.

Создание списка каналов продвижения и медиаплана.

Задание 8 Анализ успешности медиапроекта.

Заполнение карточки анализа успешности проекта.

## **Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета**

### ***Задания 1 типа***

1. Сущность телевидения.
2. Виды телевидения.
3. Источники формирования доходов телеканалов.
4. Телевизионный контент.
5. Развитие телевидения за рубежом: технические, экономические и творческие аспекты.
6. Телеканалы и медиахолдинги.
7. Контент телевизионных каналов.
8. Предприятия, производящие телеконтент.
9. Материально-техническая база телевидения
10. Идея аудиовизуального произведения: источники генерации.
11. Фиксация идеи: сценарная заявка, синопсис, тритмент.
12. Рисковые затраты.
13. Офис-компания: команда и стоимость, минимальное оборудование и организационные вопросы.
14. Информационная деятельность и маркетинговые исследования.

15. Что такое сценарий? Правильный формат сценария.
16. Авторское право. Права и обязанности автора сценария.
17. Заказы и собственное производство.
18. Кредиты и отношения с финансовыми организациями.
19. Налоги при производстве медиапродукции.
20. Назовите этапы производства телепродукции
21. Назовите этапы производства кинопродукции
22. Назовите этапы производства музыкальной продукции
23. Назовите этапы производства печатной продукции
24. Что такое рейтинг телеканалов
25. Назовите виды электронных СМИ

### ***Задания 2 типа***

#### ***Задания 2-го типа***

1. Назовите источники формирования доходов телеканалов?
2. Назовите виды расходов телеканалов?
3. Назовите источники формирования доходов кинокомпаний?
4. Назовите виды расходов кинокомпаний?
5. Назовите формы финансирования медиапроекта?
6. Варианты финансирования: американский, европейский, российский опыт.
7. Первичный рынок сбыта телевизионных программ
8. В чем отличие отчуждаемых и неотчуждаемых авторских прав
9. Процедура лицензирования авторских прав
10. Применение франшизы в медиапродуктах
11. Объясните зависимость закупочной стоимости телевизионной программы от рейтинга.
12. Сетка телевизионного вещания: структура и факторы, оказывающее влияние на ее

формирование.

13. Назовите современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции на телевидении.
14. Как характеристика зрительских предпочтений влияют на продвижение медиапродукта.
15. Назовите этапы разработки стратегии продвижения аудиовизуального произведения.
16. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции
17. Как распределяются кассовые сборы
18. Как заработать на бесплатном контенте?
19. Назовите процедуру организацию рекламы аудиовизуальной продукции
20. Раскройте особенности регулирования телевидения в России
21. Раскройте особенности государственного регулирования телевидения за рубежом
22. Как используется продукт плейсмент для дополнительного дохода
23. Раскройте роль медиарилейшнз в продвижении медиапродукта.
24. Как выстраивать личные отношения со СМИ.
25. Раскройте роль PR в продвижении медиапродукта.

### ***Задания 3 типа***

Составьте план производства медиапродукта по видам, включая этапы производства, виды расходов, источники финансирования описание рисков, каналы продвижения продукта:

1. Кинофильм
2. Телепередача
3. Видеоролик
4. Музыкальный клип
5. Музыкальный альбом
6. Компьютерная игра
7. Мобильное приложение
8. Страница в социальной сети
9. Блог
10. Электронный журнал

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Искусство интервьюирования

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Искусство интервьюирования» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531.

Дисциплина «Искусство интервьюирования» позволяет овладеть технологиями использования интервью как метода медиакоммуникационной деятельности в разных каналах, а также создавать медиапроекты в жанре интервью.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Сформировать компетенции обучающегося в области интервьюирования

### Задачи изучения дисциплины:

- познакомить с современными представлениями об интервью как журналистском жанре.
- научить приемам общения с возможными собеседниками.
- научить студентов готовить медиапроекты в жанре интервью.
- научить получать информацию путем интервьюирования, а затем оформлять полученный материал в медиапроект для разных каналов коммуникации

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен разработать и продвигать индивидуальный и (или) коллективный проект (медиапродукт) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий	ПК-5	ПК-5.1. Формирует авторский коллектив разработчиков новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	ПК-5.1.1.1. Методологию формирования авторского коллектива в контексте разработки формата интервью	ПК-5.1.2.1. запускать пилотные проекты интервью в составе авторской команды	ПК-5.1.3.1. работы в команде при создании проекта интервью	Практикум по решению задач
		ПК-5.2. Руководит процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	ПК-5.2.1.1. особенности процесса создания нового медиаформата или творческого медиапроекта в жанре интервью	ПК-5.2.2.1. руководить процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	ПК-5.2.3.1. создания медиапроекта в жанре интервью	
		ПК-5.3. Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	ПК-5.3.1.1. особенности потенциальных площадок размещения и каналов распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов в жанре интервью	ПК-5.3.2.1. использовать потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов в жанре интервью	ПК-5.3.3.1. работы с потенциальными площадками размещения и каналами распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов в жанре интервью	
		ПК-5.4. Проводит анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и	ПК-5.4.1.1. основы анализа контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и	ПК-5.4.2.1. Проводить анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и	ПК-5.4.3.1. запуска проекта интервью в свободной нише	

		неудовлетворенных потребностей	неудовлетворенных потребностей для запуска проекта интервью	неудовлетворенных потребностей для запуска проекта интервью		
--	--	--------------------------------	---	---	--	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1												
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл	
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы						
Тема 1 Метод и жанр интервью	1		2							20	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 2 Типы и виды интервью	1		2							20	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 3 Методика и техника проведения интервью	1		4							30	Практикум по решению задач / 30;	
Тема 4 Структура и этапы подготовки интервью	1		4							22	Практикум по решению задач / 20;	
Всего в семестре, час	4 из 4		12							92 из 92	100 (ТКУ+ПА)	
		12 из 12										
Итоговый контроль	Зачет											
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108											

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Тема 1 Метод и жанр интервью*

Определение понятия «интервью». Подходы к изучению интервью. Определение интервью как метода и жанра. Интервью как метод. Интервью как журналистский жанр.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

История развития интервью в разных каналах медиа

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практикуму.

#### **Ссылки:**

КиберЛенинка [Электронный ресурс] : научная электронная библиотека. – Режим доступа: <http://cyberleninka.ru>, свободный

#### *Тема 2 Типы и виды интервью*

Определение целей и задачи интервью. Типы интервью. Классификация видов интервью. Формы организации интервью.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Интервью в разных форматах: организация интервью-подкаста

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практикуму.

**Ссылки:**

2 Polpred.com Обзор СМИ [Электронный ресурс] : сайт. – Доступ после регистрации из любой точки, имеющей доступ к Интернету. – Режим доступа: <http://polpred.com/>

**Тема 3 Методика и техника проведения интервью**

Профессиональные требования к журналистскому интервью. Задачи и цели журналистского интервью. Стили общения в интервью. Особенности общения в интервью. Техника проведения интервью. Принципы отбора респондентов для интервью. Типы респондентов. Стили поведения журналиста при проведении интервью.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Стили поведения журналиста при проведении интервью.

**Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практикуму.

**Ссылки:**

КонсультантПлюс [Электронный ресурс] : официальный сайт. – Режим доступа: <http://www.consultan.ru>, свободный

**Тема 4 Структура и этапы подготовки интервью**

Структура интервью. Стадии подготовки к интервью. Ресурсы для предварительного исследования. Типология вопросов для интервью. Стратегия и тактика в проведении интервью. Типы и виды вопросов в интервью. Технология составления вопросов для интервью. Специфика интервьюирования. Техника и тактика задавания вопросов.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Приемы проективной деятельности журналиста.

**Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet. Подготовка отчета по практикуму.

**Ссылки:**

Университетская библиотека ONLINE [Электронный ресурс] : электронная библиотека. – Доступ к полным текстам по паролю. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Ильченко С.Н. Интервью в журналистике : учебное пособие / Ильченко С.Н.. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2019. — 282 с. — ISBN 978-5-4486-0618-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86945.html>

**Дополнительная литература**

1. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности «Журналистика» / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 535 с. — ISBN 978-5-238-01499-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/81818.html>
2. Зорин К.А. Журналистское мастерство. Новостная журналистика : учебное пособие / Зорин К.А.. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2016. — 136 с. — ISBN 978-5-7638-3509-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/84345.html>
3. Чемякин Ю.В. Основы теории и истории журналистики : учебное пособие / Чемякин Ю.В.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2013. — 112 с. — ISBN 978-5-7996-0911-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/66568.html>

## **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Союз журналистов России [www.ruj.ru/](http://www.ruj.ru/)
2. РИА новости [www.rian.ru](http://www.rian.ru)
3. «Медиаскоп» — портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования <http://www.mediascope.ru/>
4. ВЦИОМ: системный исследовательско-консалтинговый подход <https://wciom.ru/>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета. Текущая аттестация в форме практикумов по решению задач

### **Оценочные средства:**

Зачет

Практикум по решению задач

### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

**Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

**-70 и более (зачтено)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-Менее 70 (незачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена [\[1\]](#)

---

**Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

***Практикум по решению задач. Тема 1 Метод и жанр интервью***

1 Журналист получает задание от редакции журнала подготовить интервью с известным лицом, ненадолго приехавшим в город. Пресс-служба ньюсмейкера отвечает, что у шефа крайне плотный график и времени на встречу с журналистами нет. Действия журналиста?

2 Журналист, начав разрабатывать собеседника, натывается на категорический отказ. Человек утверждает, что цепенеет перед камерой (у микрофона). Действия журналиста?

3.Журналист в прямом эфире (телевизионном или радионном) сталкивается с обструкцией собеседника.

По субъективным причинам тот дает на все вопросы ответы односложные: да-нет... Как в такой ситуации можно использовать фактор аудитории?

***Практикум по решению задач. Тема 2 Типы и виды интервью***

Используя медийные ресурсы, найдите примеры по всем пунктам

1.Что лежит в основе классификации всех видов журналистского интервью?

2 Перечислите типы интервью?

3 Перечислите виды интервью для телевизионной и радионной журналистики.

4 Перечислите виды интервью для печатной журналистики.

5 Перечислите виды интервью для интернет-журналистики.

6 В чем принципиальная разница между печатными видами интервью и электронными видами интервью?

7 Какие существуют формы организации интервью?

***Практикум по решению задач. Тема 3 Методика и техника проведения интервью***

1 В чем особенность общения в журналистском интервью?

2 Какие техники проведения интервью вы знаете?

3 В чем основные принципы отбора респондентов.

Ответьте на вопросы, выберите собеседника, составьте вопросы и проведите с ним интервью

Текст оформите в жанре интервью, готовым для публикации

***Практикум по решению задач. Тема 4 Структура и этапы подготовки интервью***

1 Какие существуют классификации вопросов?

2 Назовите приемы проективной техники в журналистской деятельности.

3 Назовите методы, используемые в подготовке интервью.

Представьте разработанные вопросы для собеседника, у которого берете интервью

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### **Задания 1 типа**

- 1 Журналистское интервью: понятие, цели, задачи.
- 2 Подходы в журналистском интервью.
- 3 Интервью как метод и жанр в журналистике.
- 4 Классификация всех видов журналистского интервью.
- 5 Типы интервью.
- 6 Виды интервью для телевизионной и радишной журналистики.
- 7 Виды интервью для печатной журналистики.
- 8 Виды интервью для интернет-журналистики.
- 9 Печатные и электронные виды интервью: сходства и различия.
- 10 Формы организации интервью.
- 11 Особенности общения в журналистском интервью.
- 12 Техники проведения интервью.
- 13 Основные принципы отбора респондентов.
- 14 Степени интенсивности интервью.
- 15 Структура интервью.
- 16 Стадии подготовки к интервью.
- 17 Ресурсы для предварительного исследования.
- 18 Структурная единица интервью.
- 19 Типология вопросников.
- 20 Классификации вопросов.
- 21 Приемы проективной техники в журналистской деятельности.
- 22 Методы подготовки к интервью.
23. Коммуникативные качества речи интервьюера.
24. Специфика проведения интервью
25. Заголовок в интервью

### **Задания 2 типа**

- 1 Чем журналистское интервью отличается от бытового интервью? Дайте определение понятию «журналистское интервью».
2. Перечислите подходы к изучению интервью
4. Чем метод интервью отличается от жанра интервью?
5. Что лежит в основе классификации всех видов журналистского интервью?
- 6 Перечислите типы интервью?
- 7 Перечислите виды интервью для телевизионной и радишной журналистики.
- 8 Перечислите виды интервью для печатной журналистики.
- 9 Перечислите виды интервью для интернет-журналистики.
- 10 В чем принципиальная разница между печатными видами интервью и электронными видами интервью?
- 11 Какие существуют формы организации интервью?
- 12 В чем особенность общения в журналистском интервью?
- 13 Какие техники проведения интервью вы знаете?
- 14 В чем основные принципы отбора респондентов.
- 15 По степени интенсивности интервью может быть?
- 16 Какова структура интервью?

- 17 Перечислите стадии подготовки к интервью?
- 18 перечислите ресурсы для предварительного исследования.
- 19 Что является структурной единицей интервью?
- 20 Расскажите о типологии вопросников.
- 21 Какие существуют классификации вопросов?
- 22 Назовите приемы проективной техники в журналистской деятельности.
- 23 Назовите методы, используемые в подготовке интервью.
24. Приведите примеры ловушек-вопросов в интервью
25. Приведите примеры лучших интервьюеров в журналистике

### ***Задания 3 типа***

Задача 1 Журналист получает задание от редакции журнала подготовить интервью с известным лицом, ненадолго приехавшим в город. Пресс-служба ньюсмейкера отвечает, что у шефа крайне плотный график и времени на встречу с журналистами нет. Действия журналиста?

Задача 2 Журналист, начав разрабатывать собеседника, натывается на категорический отказ. Человек утверждает, что цепенеет перед камерой (у микрофона). Действия журналиста?

Задача 3 Журналист в прямом эфире (телевизионном или радионном) сталкивается с обструкцией собеседника. По субъективным причинам тот дает на все вопросы ответы односложные: да-нет... Как в такой ситуации можно использовать фактор аудитории?

Задача 4 Журналист, расшифровывая исходник, убеждается, что при съемке с обратной точки пошел брак по звуку. Как ему выпутаться из неприятного положения?

Задача 5 Журналист, приехав на предварительное интервью, понимает, что психотип выбранного собеседника можно определить как ригидный. Действия журналиста

Задача 6 Телевизионный журналист пытается договориться о встрече с директором фирмы, вызвавшей техногенную катастрофу. Но тот категорически отказывается встречаться с прессой. Действия журналиста?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Основы трансмедийного производства

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Основы трансмедийного производства» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Цель изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения образовательной программы.

### Задачи изучения дисциплины:

-Развить навыки выявления отличительных особенностей медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

-Развить навыки осуществления подготовки текстов рекламы и связей с общественностью и (или) иных коммуникационных продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

-Сформировать знания совокупности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровне

-Развить навыки осуществления своих профессиональных действий в сферерекламы и связей с общественностью с учетом специфики коммуникационных процессов и механизмов функционирования конкретной медиакоммуникационной системы

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-3	ПК-3.1. Формирует технические задания, ставит производственные задачи в области производства медиапроектов и медиапродуктов	ПК-3.1.1.1. Правила формирования технических заданий на производство медийного продукта	ПК-3.1.2.1. Составлять технические задания на производство медийного продукта	ПК-3.1.3.1. создания технических заданий на производство медийного продукта	Без ИМ Кейсы/ Ситуационный практикум
		ПК-3.2. Координирует и управляет деятельностью творческих работников, ИТ- специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	ПК-3.2.1.1. принципы формирования команд для производства медийного нарратива	ПК-3.2.2.1. организовывать и управлять командами для производства медийного продукта	ПК-3.2.3.1. работы в командах для производства медийного нарратива	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Понятие трансмедийного контента	2					3				22	Без ИМ / 1;

Трансмедийный нарратив	2					3				22	Кейсы/ Ситуационный практикум / 29;
Точки входа и выхода из коммерческого нарратива	2					3				22	Кейсы/ Ситуационный практикум / 29;
Копирайтинг и сторителлинг в трансмедийных коммуникациях	2					3				22	Без ИМ / 1;
Всего в семестре, час	8 из 8					12				88 из 88	100 (ТКУ+ПА)
		12 из 12									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Понятие трансмедийного контента*

- Трансмедийное производство: что это такое?
  - Различие между мультимедийным, кросс-медийным и трансмедийным сторителлингом
  - Примеры трансмедийных проектов (например, "Матрица", "Звездные войны")
- Ключевые характеристики трансмедийного сторителлинга
  - Расширение сюжета через различные платформы

### *Формы контроля:*

Без ИМ

### *Вопросы для самостоятельного изучения:*

История и эволюция трансмедийного сторителлинга

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

### *Трансмедийный нарратив*

Ключевые элементы и принципы трансмедийных проектов (30 минут)

- Основные компоненты трансмедийного проекта:
  - Основной сюжет и нарратив
  - Платформы и каналы
  - Контент для каждой платформы
  - Методы вовлечения аудитории
- Принципы создания трансмедийного контента:
  - Интеграция разных медиа-платформ
  - Создание взаимодополняемого контента
  - Синергия между различными каналами распространения информации

### *Формы контроля:*

Кейсы/Ситуационный практикум

### *Вопросы для самостоятельного изучения:*

Роли и обязанности в команде трансмедийного проекта

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму

### *Точки входа и выхода из коммерческого нарратива*

Практические аспекты создания трансмедийного нарратива

1. Стратегия и планирование
  - Интеграция различных медиа-платформ
  - Работа с командой сценаристов, дизайнеров и разработчиков
2. Маркетинг и продвижение
  - Роль социального медиа
  - Создание комьюнити и фан-базы

Проблемы и вызовы

1. Обеспечение целостности истории и согласованности между платформами
2. Правовые и авторские вопросы

**Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Будущее трансмедийного нарратива 1. Новые технологии и их потенциальное влияние - Виртуальная и дополненная реальность - Искусственный интеллект 2. Эволюция зрительских ожиданий и ролей

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к ситуационному практикуму, подготовка отчета по практикуму

**Копирайтинг и сторителлинг в трансмедийных коммуникациях**

Основы сторителлинга

- Что такое сторителлинг и почему он важен?
- Ключевые элементы хорошей истории: персонажи, конфликт, развитие, кульминация и разрешение
- Принципы создания истории: как сделать её запоминающейся и резонирующей с аудиторией

Копирайтинг: искусство убеждения

- Роль копирайтинга в бренд-коммуникациях
- Основные принципы эффективного копирайтинга: ясность, лаконичность и убедительность
- Техники написания текстов, которые увлекают и вдохновляют: заголовки, структура, вовлекающие элементы

**Формы контроля:**

Без ИМ

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Интеграция сторителлинга и копирайтинга

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02257-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85315.html>

**Дополнительная литература**

1. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для магистров и аспирантов высших учебных заведений / С. Л. Балова, И. В. Грошев, Ю. А. Давыдова [и др.] ; под редакцией Н. Д. Эриашвили, И. В. Грошева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-238-03060-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141632.html>
2. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под редакцией А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89369.html>

## **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <http://www.advertology.ru/>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Основы трансмедийного производства» проводится в форме зачета.

### **Оценочные средства:**

Зачет

### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

**Суммарное количество баллов:**

**-90 и более (зачтено)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-Менее 90 (незачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

*Без ИМ. Понятие трансмедийного контента*

—

*Без ИМ. Копирайтинг и сторителлинг в трансмедийных коммуникациях*

—

*Кейсы/Ситуационный практикум. Трансмедийный нарратив*

Создание концепта нарратива. Задание 1.

1. Определите целевые аудитории вашего нарратива (для любого выбранного бренда)
2. Определите цели нарратива
3. Опишите точку входа в нарратив (основной носитель, погружающий пользователя в контекст)

*Кейсы/Ситуационный практикум. Точки входа и выхода из коммерческого нарратива*

Создание концепции нарратива. Задание 2.

1. Описание пути нарратива (каналы, точки контакта с пользователями, содержание)
2. Точка выхода из нарратива (чем завершается, целевое действие)

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

*Задания 1 типа*

1. Что такое трансмедийное производство и как оно отличается от традиционного медиа производства?
2. Опишите основные элементы трансмедийного нарратива.
3. Какие платформы чаще всего используются для трансмедийного повествования?
4. Каковы ключевые принципы эффективной трансмедийной истории?
5. Кто является целевой аудиторией трансмедийных проектов?
6. Объясните роль интерактивности в трансмедийном нарративе.
7. Как трансмедийное повествование способствует более глубокому вовлечению аудитории?
8. Назовите три успешных примера трансмедийных проектов и опишите их структуру.
9. Каковы основные этапы разработки трансмедийного проекта?
10. В чем разница между трансмедийным и мультиплатформенным подходом?
11. Обсудите значимость партнёрства и кросс-продвижения в трансмедийном производстве.
12. Каковы основные вызовы, с которыми сталкиваются продюсеры трансмедийных проектов?
13. Как можно оценить успех трансмедийного проекта?

14. Обсудите влияния технологических изменений на развитие трансмедийного нарратива.
15. Каким образом авторские права и интеллектуальная собственность учитываются в трансмедийном производстве?
16. Как исторический контекст может влиять на содержание трансмедийного повествования?
17. Какая роль отводится фанатскому сообществу в трансмедийных проектах?
18. Объясните понятие «world-building» в контексте трансмедийного нарратива.
19. Каковы функции цифровых и социальных медиа в трансмедийном производстве?
20. Чем отличается трансмедийное повествование в жанре документалистики от вымышленного сюжета?
21. Какова роль игр в трансмедийных проектах?
22. Объясните понятие «вирусный маркетинг» и его значимость для трансмедийного контента.
23. Как смысловое ядро проекта влияет на выбор медиа для трансмедийного нарратива?
24. Какие навыки необходимы для успешного создания и управления трансмедийными проектами?
25. Как меняется роль зрителя или пользователя в трансмедийных проектах по сравнению с традиционными медиа?

#### ***Задания 2 типа***

1. Как бы вы адаптировали успешную книжную серию для трансмедийного проекта?
2. Какие медиа форматы лучше всего подойдут для расширения истории популярного телевизионного шоу?
3. Как выстроить стратегию запуска трансмедийного проекта, чтобы вовлечь как можно большую аудиторию?
4. Как можно использовать социальные медиа для продвижения и дополнения трансмедийного нарратива?
5. Как бы вы включили элементы дополненной или виртуальной реальности в трансмедийное повествование?
6. Какие шаги предпринять, чтобы сохранить целостность истории при ее адаптации в разные медиаформаты?
7. Как бы вы задействовали фанатское сообщество для развития трансмедийного проекта?
8. Как можно интегрировать пользовательский контент в трансмедийное повествование?
9. Как вы собираетесь оценить вовлеченность и отклик аудитории после запуска трансмедийного проекта?
10. Какие риски могут возникнуть при продвижении глобального трансмедийного проекта, и как с ними можно справиться?
11. Как бы вы использовали подкасты для расширения истории в трансмедийной стратегии?
12. Как бы вы организовали кросс-промоцию между различными медиа платформами в рамках одного трансмедийного проекта?
13. Какие меры можно предпринять для защиты интеллектуальной собственности в трансмедийных проектах?
14. Как бы вы адаптировали трансмедийное повествование для разных культурных контекстов?
15. Как вы планируете отследить и учитывать отзывы аудитории для улучшения трансмедийного проекта?

16. Как бы вы интегрировали мобильные приложения в трансмедийный нарратив?
17. Какие партнерства или сотрудничества могут быть полезны для успешного запуска трансмедийного проекта?
18. Как бы вы использовали аналитические данные для оптимизации трансмедийной стратегии?
19. Как учитывать изменение технологий в долгосрочной стратегии трансмедийного повествования?
20. Каким образом вы организуете взаимодействие разных команд, работающих над трансмедийным проектом?
21. Как бы вы предложили использовать геймификацию в трансмедийном проекте?
22. Какие этапы вы бы выделили для post-launch анализа успешности трансмедийного проекта?
23. Как вы можете использовать элементы live-событий (например, конференций, выставок) для укрепления трансмедийного нарратива?
24. Как вы регулировали бы контент для трансмедийного проекта, чтобы он оставался актуальным на продолжительном временном интервале?

25. Какие инновационные методы продвижения вы бы предложили для нового трансмедийного проекта?

### ***Задания 3 типа***

1. Как провести исследование целевой аудитории для потенциального трансмедийного проекта?
2. Как разработать центральное сообщение или тему, связывающую все элементы трансмедийного нарратива?
3. Как выбрать наиболее подходящие медиаформаты для конкретной истории?
4. Какие шаги необходимо предпринять для создания сториборда, охватывающего различные медиа платформы?
5. Как использовать дизайн персонажей для обеспечения их узнаваемости во всех медиаформатах?
6. Какие техники можно применять для создания интерактивных элементов в трансмедийных историях?
7. Как управлять временной линией сюжета, охватывающей несколько медиаформатов?
8. Какие практические методы можно использовать для интеграции пользовательского контента в трансмедийное повествование?
9. Как создавать трансмедийные сценарии, которые будут эффективно работать в разных медиа?
10. Как эффективно использовать краудфандинг для финансирования трансмедийного проекта?
11. Какие инструменты и платформы могут помочь в распределении и распространении трансмедийного контента?
12. Как организовать еженедельные или ежемесячные встречи команды для отслеживания прогресса проекта?
13. Какие методы контроля качества могут быть использованы для проверки согласованности контента?
14. Как разрабатывать дополнительные материалы, такие как комиксы или новеллы, для поддержки основной истории?
15. Как эффективно проводить тестирования и фокус-группы для оценки элементов трансмедийного проекта?
16. Какие шаги предпринять для обеспечения устройства аналитики и сбора данных по каждому медиаформату?
17. Как выстроить и поддерживать связи с партнерами и спонсорами трансмедийного проекта?

18. Как организовать совместную работу сценаристов, художников и программистов в трансмедийном проекте?
19. Какие методы использовать для создания и поддержания онлайн-сообщества, заинтересованного в проекте?
20. Как спланировать и реализовать мероприятия в реальном времени (например, живые квесты), дополняющие трансмедийный нарратив?
21. Как использовать лицензионные соглашения и выигрывать от мерчендайзинга в трансмедийных проектах?
22. Какие ключевые метрики и показатели должны отслеживаться для оценки успеха каждого элемента проекта?
23. Как составить график производства, учитывая сложности разных медиаформатов?
24. Какие технологии (например, AR/VR) можно интегрировать для обогащения нарратива и как это сделать?
25. Как адаптировать контент для международной аудитории, учитывая языковые и культурные различия?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Монтаж цифрового медиапродукта

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Монтаж цифрового медиапродукта» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531.

Дисциплина «Монтаж цифрового медиапродукта» закладывает основы для овладения особенностями монтажа в различных видах цифровых каналах коммуникации, умению работать со звуком, знать теорию и практику монтажа, но прежде всего курс направлен на практику, применение полученных знаний и навыков, связанных с созданием цифровых медиапродуктов.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

**Цель** изучения дисциплины – формирование у обучающихся необходимых компетенций для успешного освоения программ и навыков монтажа разных цифровых медиапродуктов

### Задачи изучения дисциплины:

- сформировать знания, умения и практический опыт формирования монтажной концепции на основе режиссерского замысла и осуществлении монтажа в цифровых медиа;
- научиться применять в практической деятельности основные концепции, принципы, теории и факты, связанные с основами монтажа в цифровых медиа
- формирование уровня знаний, умений, практического опыта, опыта деятельности в рамках программы подготовки медиапродуктов

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-3	ПК-3.1. Формирует технические задания, ставит производственные задачи в области производства медиапроектов и медиапродуктов	ПК-3.1.1.1. Правила формирования технических заданий на производство медийного продукта	ПК-3.1.2.1. Составлять технические задания на производство медийного продукта	ПК-3.1.3.1. создания технических заданий на производство медийного продукта	Практикум по решению задач
		ПК-3.2. Координирует и управляет деятельностью творческих работников, ИТ- специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	ПК-3.2.1.1. принципы формирования команд для производства медийного нарратива	ПК-3.2.2.1. организовывать и управлять командами для производства медийного продукта	ПК-3.2.3.1. работы в командах для производства медийного нарратива	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Концептуальные основы монтажа	1		2							20	Практикум по решению задач / 20;
Тема 2. Монтажные системы и	1		2							12	Практикум по решению

программы. Съёмка под монтаж										задач / 20;	
Тема 3. Пакет графических программ ADOBE для монтажа видео в цифровых медиа.	1		4						12	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 4. Технические стандарты (BROADCAST) в монтаже.	1		4						12	Практикум по решению задач / 20;	
Всего в семестре, час	4 из 4		12						56 из 56	100 (ТКУ+ПА)	
			12 из 12								
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72										

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1. Концептуальные основы монтажа*

Основные принципы психологии и физиологии восприятия в монтаже. Субъективная и объективная камера. Визуализация объектов, явлений и действий на экране. Последовательный и параллельный монтаж. Перебивка и заклейка. Наплыв и микс. Особенности применения многослойных изображений.

Монтажная фраза как логическая последовательность планов разной крупности. Принципы монтажного мышления. Принципы построения монтажной фразы. Эффект Кулешова. Тематический монтаж. Аналитический монтаж. Рефрен в монтаже. Ассоциативный монтаж.

Монтаж по крупности. Монтаж по ориентации в пространстве. Монтаж по направлению движения главного объекта в кадре. Монтаж по фазе движущихся объектов в кадре. Монтаж по темпу движущихся объектов. Монтаж по композиции кадров (по смещению центра внимания). Монтаж по свету. Яркость и контрастность изображения. Монтаж по цвету. Монтаж по смещению осей съемки. Монтаж по направлению основной движущейся массы в кадре.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Монтажная фраза как логическая последовательность планов разной крупности. Принципы монтажного мышления. Принципы построения монтажной фразы. Эффект Кулешова. Тематический монтаж. Аналитический монтаж. Рефрен в монтаже. Ассоциативный монтаж.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

<http://www.videoton.ru/theory.html>

### *Тема 2. Монтажные системы и программы. Съёмка под монтаж*

Линейный монтаж. Нелинейный монтаж. Программы для монтажа видео и аудио редакторы.

Программы создания титров спецэффектов, Программы конверторы, Программы стабилизаторы изображения. Съёмка сцены, как непрерывного действия. Съёмка на хромакее. Съёмка под ранее полученные кадры. Съёмка мнимого действия

Пакетная обработка видео файлов. Пакетная обработка аудио файлов

Создание пользовательских настроек эффектов. Работа по шаблонам и готовым секвенциям. Эффекты автоматической коррекции аудио и видео файлов.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Пакетная обработка видео файлов. Пакетная обработка аудио файлов

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

### **Тема 3. Пакет графических программ ADOBE для монтажа видео в цифровых медиа.**

Программы ADOBE: Premiere Pro, After Effects, Audition, Bridge, Adobe Media Encoder, Prelude, SpeedGrade. Интерфейс программ. Работа через мост. Стандартные настройки

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Недостатки и дополнительные программы для простого монтажа в цифровых медиа

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

<http://snimifilm.com/statyi/spravochnik-po-kinooborudovaniyu-chast-1-operatorskie-telezhki-i-rely>

### **Тема 4. Технические стандарты (BROADCAST) в монтаже.**

Системы кодировки цвета. Стандарты SD, HD, UHD. Глубина цвета, цветовые пространства. Стерео и многоканальное аудио звучание. Уровни звука и уровни видео сигнала. Частота дискретизации звука 44 и 48 кГц

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Монтажные спецэффекты

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

#### **Ссылки:**

2. Утилова Наталья Ивановна. Монтаж: учеб. пособие для студентов вузов / Н. И. Утилова. - Москва: Аспект Пресс, 2004 (ОАО Можайский полигр. комб.). - 167. - 241 с.: ил., табл. - Режим доступа: по подписке. - URL: <http://biblioclub.ru/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

1. Техника и технология медиадизайна. Кн.2. Электронные СМИ : учебное пособие / Л.А. Браславец [и др.]. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7567-0968-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86120.html>

2. Майстренко Н.В. Мультимедийные технологии в информационных системах : учебное пособие / Майстренко Н.В., Майстренко А.В.. — Тамбов : Тамбовский государственный технический университет, ЭБС АСВ, 2015. — 81 с. — ISBN 978-5-8265-1478-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/64124.html>

### **Дополнительная литература**

1. Дэвид, Мэмет О режиссуре фильма / Мэмет Дэвид ; перевод Виктор Гольшев. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2019. — 96 с. — ISBN 978-5-91103-468-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92782.html>

2. Жилавская, И. В. Медиаобразовательные технологии российских СМИ : учебное пособие / И. В. Жилавская. — 2-е изд. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2024. — 148 с. — ISBN 978-5-4263-0473-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/145688.html>

### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Студия "Видеотон". Теория и практика монтажа. <http://www.videoton.ru/theory.html>

2. Ручные видеокамеры (камкордеры). [http://ru.okno-tv.ru/biblio/detail.php?ELEMENT\\_ID=55734](http://ru.okno-tv.ru/biblio/detail.php?ELEMENT_ID=55734)

3. Справочник по кинооборудованию /Часть 1: Операторские тележки и рельсы.<http://snimifilm.com/statyi/spravochnik-po-kinooborudovaniyu-chast-1-operatorskie-telezhki-i-relsy>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y

3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)

2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)

4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)

3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Зачет

#### **Оценочные средства:**

Практикумы по решению задач, зачет.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Отчет по практикуму

20-15 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.

14-10– практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм расчета.

9 - 1- практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.

0 - практикум не выполнен.

Зачет

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

## Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

### *Практикум по решению задач. Тема 1. Концептуальные основы монтажа*

**Задание:** Сделайте маленький этюд: снимите и смонтируйте не менее чем в 10 планах, каждый длиной не менее 5 сек., самое простое действие: человек подходит к книжному шкафу, выбирает книгу, берет ее и садится читать – точка.

**Результат:** неподготовленному зрителю должно быть ИНТЕРЕСНО это смотреть.

**Прорабатывается:**

1. Учет монтажности планов в процессе написания кадроплана и, естественно, на съемке.
2. Внимание к мельчайшим подробностям действия, деталям. И не только ЧТО, но и КАК человек делает.
3. Отрабатывается монтаж по движению – чистота и точность склейки.
4. Точность монтажной акцентировки.
5. Соразмерность внутрикадрового и монтажного ритмов.
6. Внимание к ключевым светотональностям кадров и их совместимость в монтаже.
7. Опыт съемки постановочных монтажных фраз и эпизодов с документальным героем (т.е. неактером).
8. Построение протяженности сюжетной линии и удержание внимания зрителя чисто монтажно-съемочными средствами.

**Рекомендации:**

- внимательно отнеситесь к кадроплану, не останавливайтесь на первом варианте – обычно он самый плохой. Г. А. Товстоногов любил повторять, что 1-й пришедший в голову вариант – штамп, 2-й – антиштамп, интересное решение находится между вариантами 5...20;

- не берите актера. Хороший все сыграет в 1 кадре, а плохой испортит самый гениальный замысел. *Дайте задание:* «подойди к полке», «протяни руку», «вспомни что-нибудь приятное» и т.д.;

- не стоит делать из этого сюжета клип;

- внимательно следите на монтаже за фазами движения. При склейке по движению обязательно нужно выпустить несколько кадров, иначе жест на экране, будет неприятно «дергаться». При точной синхронизации фаз возникает ощущение «возврата движение» - ведь зрителю момент смены кадров воспринимается как пропущенное время. Сколько фаз выпустить – зависит от внутрикадрового темпо-ритма;

- не «заливайте» сюжет музыкой. Шумы часто гораздо интересней и информационно содержательней, и образней;

- не рассчитывайте на достойный результат с первого раза. Сделайте 3...4 варианта (и не только монтажных – их может быть и больше);

- перед съемкой перечитайте все, что найдете по монтажу.

### *Практикум по решению задач. Тема 2. Монтажные системы и программы. Съемка под монтаж*

**Задание:**

Озвучьте предыдущий этюд как минимум в 3 вариантах, пытаясь создать звуковой картиной совершенно разное ощущение, атмосферу и даже жанр.

Попытайтесь создать насыщенные звуковые картины, разворачивающие и даже переворачивающие смысл происходящего в кадре действия – это прямой путь в вертикальный монтаж и далее – в монтаж аттракционов. Например: романтизм, детектив, одиночество... (добавить по вкусу).

Использовать менее двух дорожек вряд ли получится – ведь должно быть и общее дыхание атмосферы, и синхронные звуки, и акценты, и то, что происходит (звучит) в этот момент за рамкой кадра... Но ведь любой средний линейный монтажный комплекс как минимум 2 дорожки обеспечивает. Можно к тому же свести их в одну на другую кассету, а затем подложить 3-4. Отбор звуков должен быть предельно осмыслен и точен.

**Результат:** неподготовленному зрителю должно быть ИНТЕРЕСНО это смотреть, но воспринимать все три сюжета он должен по разному, т.е. по разному вычитывать их идею, сюжет и смыслы. Если есть возможность, хотя бы один стоит проработать с профессиональным звукорежиссером.

**Прорабатывается:**

1. Учет сочетаний разноплановых звуков и их воздействие на зрительское восприятие.
2. Организация атмосферы эпизода средствами саундтрека.
3. Способы создания «глубины» действия, события, расширение рамок кадра закадровым звуком, ухода от «бедность» кадровой конкретики.
4. Точность и вынятность звуковой акцентировки.
5. Соразмерность внутрикадровых и закадровых звуков, их тональностей и ритмов.
6. Протяженность звуковой линии и использование звука для усиления драматургии и удержания внимания зрителя.
7. Подход к комплексной аудиовизуальной разработке эпизода и, далее, экранного образа.

И т.д.

Эта практика помогает реально перейти от «озвучивания» к работе со звуком, как полноправным экранным элементом, заставить работать на себя сильнейшее средство управления восприятием и вниманием зрителя.

**Рекомендации:**

- сначала все проработать на бумаге. Да, 80% съемочно-монтажной работы идет за письменным столом. Много поколений студентов бунтовало против этого утверждения, но это правда и с этим надо смириться. Как? Просто помнить, что деньги нам платят не за технологию, а за умную голову (а это ведь и приятней, правда?);

- не начинайте 2 звука одновременно: обычно это приводит к тому, что «смазываются» оба и их смысл становится невнятным;

- несколько звуков не могут иметь одинаковый или близкий уровень (громкость). В акценте всегда что-то одно;

- совпадение начала звука со склейкой дает мощный акцент. Прием мощный. Но всегда ли он нужен?

- опять же, не рассчитывайте на достойный результат с первого раза. Сделайте 3...4 варианта.

- перед работой перечитайте все, что найдете по монтажу и звуку в кино и на ТВ (принципиальной разницы нет никакой).

**Практикум по решению задач. Тема 3. Пакет графических программ ADOBE для монтажа видео в цифровых медиа.**

**Задание:**

Подберите и смонтируйте кадры, подобрав их по развитию сначала какой-либо одной, а потом и одновременно нескольким доминантам. Например, постепенный переход от кадров, синего тона к кадрам красного. Или от выраженного вертикального абриса к горизонтальному. При этом важно выполнение 3 условий:

1. кадры должны быть монтируемыми по крупностям, ракурсам и т.д.;

2. для зрителя переход должен быть органичным и незаметным;

3. выбранная доминанта должна драматургически развиваться, т.е. иметь завязку, развитие, кульминацию, поворот и развязку.

Здесь так же работаем ТОЛЬКО В ПРЯМОЙ СКЛЕЙКЕ, без микшера и спецэффектов. И сочиняем сюжет, хотя бы просто видовой.

**Рекомендации:**

- возьмите в доминанту какой-то ярко выраженный признак;

- выберите кадры, отвечающие сюжету и содержащие этот признак.

Первый опыт может быть чисто формальным, но уже начиная со 2 – 3-го лучше одновременно удерживать и какую-то сюжетную или хотя бы атмосферную задачу;

- садимся за письменный стол и раскладываем «пасьянс». В данном случае для нас важно пометить в карточках и ту доминанту, которая будет прорабатываться;

- постарайтесь построить первый этюд так, чтобы доминанта появлялась в 1-м кадре, например, в качестве небольшого пятна синего цвета, затем синий цвет от кадра к кадру заполнял все большую часть экрана, но где-то на 2/3 этого заполнения уже появлялось красное пятно, постепенно вытесняющее синий цвет. При этом, желательнее чтобы динамика присутствовала не только в размере, но и насыщенности цветовых пятен;

- Не останавливайтесь на первом опыте. Сделайте десяток таких этюдов – это могут быть и просто монтажные фразы из 5...10 кадров – каждый раз беря в доминанту новый элемент.

**Практикум по решению задач. Тема 4. Технические стандарты (BROADCAST) в монтаже.**

**Задание:**

Этот практикум позволит Вам подытожить монтажный тренинг, выполнив нетривиальную задачу: собрать из готовых сюжетов предыдущих практикумов один цельный сюжет. Т.е. сюжет «Читатель», который берется за основу, каким-то способом связывается с сюжетами «Корзины» и «Доминантный монтаж» в единое целое. Способ же зависит только от содержания Ваших сюжетов, замысла и фантазии.

Обязательные условия: жестко построенная внутренняя логика развития всего сюжета, выстроенность межэпизодных ассоциативных связей, стилистическое единство. И естественно, работа только в прямой склейке, без микшеров и эффектов.

О фантазии: прямой ход, напрашивающийся сам собой, встроить сюжеты как читаемые в книге образы или воспоминания героя. Но это – первый слой, лежащий в области банальности. Все же стоит пофантазировать и найти оригинальный ход. Ведь это уже не техническая, а самая настоящая творческая задача, требующая адекватного решения. Но тем этот практикум и ценен.

**Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета**

**Задания 1 типа**

1. Основные жанры современных цифровых медиа. Основные жанры кино-, телевидеодокументалистики как основа.
2. Основные жанры игровых передач и кинотелефильмов.
3. Приемы и виды монтажа.
4. Субъективная и объективная камера.
5. Внутрикадровый монтаж. Фильм одного кадра..

6. Основные понятия драматургии (история, три акта, событие, конфликт, драматическая ситуация, драматические перипетии и т.д.).
7. Материал аудиовизуального произведения.
8. Организация динамики фильма. Звукозрительный монтаж.
9. Мизансцена. Основные приемы и принципы построения мизансцен.
10. Создание экранного времени и пространства. Ссужение и растяжение времени.
11. Основные приемы съемок.
12. Образ в аудиовизуальном произведении.
13. Заявка на фильм. Премис. Экспозе. (Что включают в себя).
14. Поэпизодный план. Тритмент.
15. Сценарий документального фильма.
16. Сценарий игрового короткометражного фильма (основные составляющие)
17. Темп и ритм. Глоссарий.
18. Разработка проекта документального фильма.
19. Разработка проекта рекламного фильма, музыкального клипа
20. Разработка проекта игрового фильма.
21. Разработка проекта телевизионной передачи.
22. Разработка проекта игрового телесериала.
23. Работа на съемочной площадке.
24. Новые технологии и достижения в области формы документального и игрового кино.
25. Российские и зарубежные кино-, телевидеофестивали.

### **Задания 2 типа**

1. Обзор одного из телеканалов. Общая концепция. Программная сетка. Самые популярные передачи. Самые оригинальные передачи. Краткий обзор. (форма подачи: текст и диск DVD с фрагментами передач).
2. Сравнительный анализ монтажных идей и решений С. Эйзенштейна, С. Кулешова, М. Ромма. Актуальность их работ с точки зрения современного времени. Обоснуйте ответ.
3. Проанализировать основные понятия теле и кинодраматургии. Насколько данные дефиниции отражают современное содержание данных понятий. Обоснуйте ответ.
4. Сравнительный анализ видов и жанров телевизионных передач и фильмов. Выявить преимущества и недостатки. Обоснуйте ответ.
5. Возникновение жанров. Что по-вашему означает «диффузия» жанров и как вы можете ее использовать? Как связаны жанр и конфликт? Расскажите, основываясь на практических примерах.
6. Классификация и примеры жанрового разнообразия фильмов. Обоснуйте ответ.
7. Объясните, как организовать съемочный процесс. Режиссер — как организатор съемочного процесса. Обоснуйте ответ.
8. Экономические требования к планированию съемочного процесса. Обоснуйте ответ.
9. Особенности организации павильонных, натуральных и экспедиционных съемок. Обоснуйте ответ.
10. Как организовать звукозрительную организацию материала. Обоснуйте ответ.
11. Каким образом организовать работу со звукорежиссером и композитором. Обоснуйте ответ.
12. Каким образом организовать работу режиссера с композитором и звукорежиссером. Обоснуйте ответ.
13. Каким образом использовать на экране звучащей речи. Обоснуйте ответ.
14. Каким образом использовать необходимо использовать синхронный и несинхронный звук. Обоснуйте ответ.
15. Основы монтажа. Каким образом организовать работу режиссера с монтажером. Обоснуйте ответ.
16. Основные понятия и сведения о монтаже, используемые на практике. Принципы соединения кадров, которыми руководствуется монтажер. Обоснуйте ответ.
17. Десять принципов монтажа, которые вы должны использовать на практике. Обоснуйте ответ.
18. Каким образом разработать проект документального телефильма. Обоснуйте ответ.
19. Краткая история развития документального кино. Современные направления и тенденции. Жанры неигрового кино как часть подсистемы телевизионного показа. Каким образом анализ развития документального кино способствует вашему профессиональному навыку? Обоснуйте ответ.
20. Работа с темой и героем, режиссерская экспликация в вашем представлении. Обоснуйте ответ.
21. Обрамление в письменном виде режиссерского замысла, с вашей точки зрения. Обоснуйте ответ.
22. Определите сверхзадачи и сквозные действия в своей работе. Опишите. Обоснуйте ответ.
23. Режиссерский (постановочный) сценарий, опишите этапы, применяемые в вашей практике. Раскадровки. Обоснуйте ответ.
24. Знакомство со схемами записи режиссерского сценария. Обозначение звучащего текста и диалога, синхронного и несинхронного звука, музыки, шумов, титров. Обоснуйте ответ.
25. Предподготовительный период в вашей практике. Основные задачи и функции режиссера на этом этапе. Обоснуйте ответ.

26. Поиск и выбор сценарного материала. Режиссерский анализ литературного сценария. Работа над постановочным проектом. Формирование творческой группы. Подготовительный период. Обоснуйте ответ.

### **Задания 3 типа**

#### **Задание № 1.**

Кого, прежде всего должен выбрать сам режиссер в съемочную группу? Как проходит выбор актеров (кастинг)? Как работает на этом этапе режиссер с оператором? Над чем работает режиссер с художником? Как проходят предварительные репетиции с актерами? Что такое техническая проверка (проверка готовности)? Напишите план проведения подготовки к съемке.

#### **Задание № 2.**

Напишите план организации пообъектных съемок. Съемка адресных пейзажных, архитектурных кадров. Экспедиционные съемки. Репетиции и съемки в павильоне и на натуре. Разъяснение режиссерской задачи исполнителям. Мизансцена и мизанкадр как организованное режиссером движение.

#### **Задание № 3.**

Составьте план раскладки материала по эпизодам и сценам: особенности монтажа сцены в одном кадре без изменения положения камеры, монтажа с изменением направления камеры, монтажа с изменением направления съемки, крупности кадра, монтажа на движении, монтажа статичных кадров, статики с динамикой и т.д.

#### **Задание № 4.**

Составьте план организации и проведения звукового и звукозрительного монтажа: подготовка материала к эпизодному озвучиванию. Прослушивание фрагментов фонограмм и просмотр отснятого материала. Работа режиссера с композитором. Запись окончательного варианта музыкального материала. Корректировка текста и изображения, их синхронизация.

#### **Задание № 5.**

Составьте план работы режиссера в документальном фильме, программе, телепередаче: документальный метод в искусстве экрана. Отличие от постановочного метода. Недопустимость инсценировок, подмены подлинности жизни созданием игровых ситуаций, требований к документальным героям игры «самого себя». Документальный фильм с элементами реконструкции. Трансформация сценария по ходу съемки.

#### **Задание № 6.**

Составьте план работы режиссера в малых формах телевидения: работа режиссера над документальным видеоочерком. Съемки рекламного ролика, музыкального видеоклипа. Работа режиссера над видеорепортажем, фильмом-наблюдением. Съемки непредвиденных событий.

#### **Задание № 7.**

Составьте план работы режиссера над игровыми фильмами: сверхзадача режиссера и выбор образной системы воплощения сценария. Изобразительное, монтажное и звуковое решение фильма. Работа с художником, оператором, композитором над конкретизацией образной системы фильма и т.д.

#### **Задание № 8.**

Составьте план работы с актерами: принцип выбора исполнителей ролей и проблема актерского ансамбля в различных программах с игровыми элементами и телефильмах. Методика проведения актерских проб.

#### **Задание № 9.**

Составьте план работы технической и творческой репетиции: внутренний жест. Репетиция и работа с текстом. Репетиция на съемочной площадке перед съемкой.

#### **Задание № 10.**

Составьте план работы композиции кадра в кино и на телевидении: принципы построения изображения. Огруппирование и организация. Фигура и фон. Структурное построение кадра. Соотношение света и тени. Масштаб. Выделение главного элемента. Цвет и композиция.

#### **Задание № 11.**

Опишите, законодательную базу авторских прав: договор с режиссером.

Какие права и обязанности есть у режиссера согласно режиссерскому договору? Какие есть «подводные течения»?

#### **Задание № 12.**

Опишите работу мероприятий по рекламе и PR: презентация. Дистрибуция. Проведение презентаций. Начало и конец презентации. Кульминационный момент. Основные этапы рекламной кампании, участие режиссера в рекламной кампании.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Операторское искусство в цифровых медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Операторское искусство в цифровых медиа» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

Дисциплина составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в Блок «Часть, формируемую участниками образовательных отношений». Дисциплина изучается на 1 курсе в 1 семестре.

## Цели изучения дисциплины:

Формирование у студентов профессиональных компетенций в области операторского искусства, применимого в цифровых медиа. Это включает освоение технических и художественных аспектов видеосъемки, понимание специфики работы с цифровым оборудованием, развитие навыков создания визуально привлекательного и информационно насыщенного контента для различных цифровых платформ.

## Задачи изучения дисциплины:

- Изучение теоретических основ операторского искусства:
  - Ознакомление с историей и эволюцией операторского мастерства.
  - Понимание принципов композиции кадра, использования света и цвета в видеосъемке.
- Освоение современных цифровых технологий и оборудования:
  - Изучение возможностей цифровых камер, объективов и аксессуаров.
  - Практика работы с различными видами осветительного оборудования и звуковой техникой.
- Развитие практических навыков видеосъемки:
  - Выполнение съемочных упражнений в различных жанрах и стилях.
  - Отработка приемов движения камеры, фокусировки и экспозиции.
- Изучение процессов постпродакшн:
  - Основы монтажа видео и звука.
  - Работа с программным обеспечением для обработки и коррекции изображения.
- Анализ и критическая оценка видеоматериалов:
  - Разбор примеров операторской работы в современных цифровых медиа.
  - Оценка эффективности визуальных решений для передачи информационного сообщения.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-3	ПК-3.1. Формирует технические задания, ставит производственные задачи в области производства медиапроектов и медиапродуктов	ПК-3.1.1.1. Правила формирования технических заданий на производство медийного продукта	ПК-3.1.2.1. Составлять технические задания на производство медийного продукта	ПК-3.1.3.1. создания технических заданий на производство медийного продукта	Кейсы/ Ситуационный практикум
		ПК-3.2. Координирует и управляет деятельностью	ПК-3.2.1.1.	ПК-3.2.2.1.	ПК-3.2.3.1.	

		творческих работников, ИТ- специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	принципы формирования команд для производства медийного нарратива	организовывать и управлять командами для производства медийного продукта	работы в командах для производства медийного нарратива	
--	--	---	---	--	--	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Теоретические основы операторского искусства в цифровых медиа	4					6				26	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Практика операторского искусства и создание цифрового контента	4					6				26	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Всего в семестре, час	8 из 8					12				52 из 52	100 (ТКУ+ПА)
		12 из 12									
Итоговый контроль	Экзамен										
Итоговый экзамен (в академических часах)	36										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Теоретические основы операторского искусства в цифровых медиа*

- История и эволюция операторского мастерства
  - Возникновение операторского искусства и его развитие
  - Влияние технологических инноваций на операторскую работу
  - Значимые фигуры и школы в истории операторского искусства
  - Переход от аналоговых технологий к цифровым
  - Влияние цифровых медиа на современные тенденции в операторской работе
- Композиция кадра и визуальный язык
  - Основы построения кадра: правила третей, золотое сечение
  - Использование перспективы и глубины в кадре
  - Ракурсы и планы съемки: общие, средние, крупные планы
  - Движение в кадре и его роль в повествовании
  - Символика и метафоры в визуальном ряде
- Свет и цвет в операторском искусстве
  - Основы светотехники: типы источников света и их характеристики
  - Схемы освещения: ключевой свет, заполнение, контрольный свет
  - Цветовая температура и баланс белого
  - Психологическое влияние цвета в видео
  - Использование тени и контраста для создания настроения

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Цифровые технологии и оборудование - Обзор современных цифровых камер и их особенностей - Выбор объективов: фокусное расстояние, светосила, особенности - Аксессуары для видеосъемки: стабилизаторы, штативы, слайдеры - Настройки камеры: разрешение, частота кадров, кодеки - Тенденции в развитии цифрового оборудования (4K, 8K, HDR)

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,  
источниками в сети Internet  
Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

### **Практика операторского искусства и создание цифрового контента**

#### 1. Практические приемы видеосъемки

- Техники движения камеры: панорамирование, наклон, трекинг, зум
- Стабилизация изображения: использование стедикамов, гимбалов
- Фокусировка: ручной и автоматический фокус, глубина резкости
- Экспозиция и работа с динамическим диапазоном
- Съемка в различных условиях освещения и погоды

#### 2. Работа со звуком и осветительным оборудованием

- Основы звукозаписи: микрофоны, рекордеры, звуковые форматы
- Использование звука для усиления визуального повествования
- Практика установки осветительного оборудования на площадке
- Создание световых схем для разных жанров и ситуаций
- Безопасность при работе с электротехникой и оборудованием

#### 3. Процессы постпродакшн и монтаж

- Основы нелинейного монтажа: программы и инструменты
- Организация рабочего процесса: хранение и каталогизация файлов
- Цветокоррекция и градация: придание видео профессионального вида
- Звуковой дизайн и музыкальное сопровождение
- Экспорт и оптимизация видео для разных платформ

#### 4. Создание собственного видеопрокта

- Разработка идеи и написание сценария
- Планирование съемок: раскадровка, локации, график
- Съемочный процесс: организация команды, распределение ролей
- Анализ и коррекция отснятого материала
- Презентация готового проекта и получение обратной связи

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Современные тенденции и инновации в цифровых медиа - Виртуальная и дополненная реальность в видеопроизводстве - Создание контента в формате 360° и интерактивное видео - Использование дронов и аэровидеосъемки - Адаптация контента для социальных сетей и мобильных устройств - Персональный бренд и продвижение работ в цифровой среде

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,  
источниками в сети Internet  
Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

Анульев С.И. Сценическое пространство и выразительные средства режиссуры : учебное пособие / Анульев С.И.. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2010. — 106 с. — ISBN 978-5-8154-0181-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/22106.html>

### *Дополнительная литература*

Черняк М.В. Основы драматургии и сценарного мастерства : практикум для обучающихся по направлению подготовки 51.03.03 «Социально-культурная деятельность», профиль «Постановка и продюсирование культурно-досуговых программ», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Черняк М.В.. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2021. — 78 с. — ISBN 978-5-8154-0581-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121328.html>

### *Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"*

1. Сила медиа. Мультимедийный сторителлинг <http://sila.media/>

### *Материально-техническая база*

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### *Лицензионное программное обеспечение*

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### *Свободно распространяемое программное обеспечение*

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### *Электронно-библиотечная система*

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### *Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Операторское искусство в цифровых медиа» проводится в форме экзамена.

### *Оценочные средства:*

Ситуационный практикум, экзамен.

### *Процедура оценивания:*

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

### **Суммарное количество баллов:**

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### **Кейсы/Ситуационный практикум. Теоретические основы операторского искусства в цифровых медиа**

Задание 1: Создание короткого документального видеоролика

Цель: Научиться основам операторского искусства, включая композицию кадра, работу с освещением и настройку камеры для съемки в различных условиях.

Описание задания:

1. Студенты должны выбрать тему для короткого документального видеоролика продолжительностью 3-5 минут. Это может быть история о местной достопримечательности, интересной личности, социальном явлении или актуальной проблеме.

2. Проведите предварительное исследование темы и разработайте сценарный план съёмок с учётом назначения и зрительской аудитории.

3. Предварительно спланируйте композицию кадров, используя раскадровку, чтобы визуализировать ключевые сцены.

4. В процессе съёмок обратите особое внимание на:

- Композицию и симметрию кадра.
- Использование различного освещения для создания нужной атмосферы.
- Выбор фокусного расстояния и глубины резкости для акцентирования предмета съемки.

5. Смонтируйте отснятый материал, добавьте титры и простые звуковые эффекты или музыку, чтобы усилить восприятие.

Результат: Представить готовый видеоролик и краткий письменный отчёт, описывающий съёмочный процесс и выбор операторских решений.

### **Кейсы/Ситуационный практикум. Практика операторского искусства и создание цифрового контента**

Задание 2: Постпродакшен и визуальные эффекты в цифровом медиа

Цель: Изучить базовые навыки редактирования видео и применения визуальных эффектов с использованием цифровых инструментов, нацеленных на усиление визуального восприятия.

Описание задания:

1. Возьмите видеоматериал, отснятый в первом задании, разработайте план по улучшению визуальной части с использованием доступного ПО (например, Adobe Premiere Pro, After Effects или DaVinci Resolve).

2. Улучшите цветовую гамму каждого кадра с помощью цветокоррекции для подчёркивания нужной атмосферы.

3. Внедрите простые визуальные эффекты, такие как наложение текстур или графических элементов, для повышения эстетической привлекательности.

4. Реализуйте создание интерактивного элемента, который может использоваться в цифровой среде, например, анимацию графики или короткий рекламный ролик на основе исходного материала.

5. Представьте конечный продукт в формате, пригодном для размещения на цифровых платформах (например, YouTube или Instagram).

Результат: Презентовать улучшенное видео с учётом внесённых изменений и краткий отчёт, поясняющий выбор программных инструментов и применённых эффектов.

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена

### **Задания 1 типа**

Описание условий задачи

1. Какие основные этапы включает процесс подготовки съёмок фильма?
2. Что такое экспозиция и почему она важна в операторской работе?
3. Как функции диафрагмы и выдержки влияют на конечное изображение?
4. Как свет влияет на создание настроения в кадре?
5. Что такое цветовая температура и как она учитывается при съёмке?
6. Какие соотношения сторон изображения наиболее популярны в цифровых медиа?
7. Как разрешение камеры влияет на качество изображения?
8. Что такое динамический диапазон и почему он важен для операторов?
9. Каковы ключевые отличия между съёмкой на пленку и цифровую камеру?
10. Как технологии HDR влияют на восприятие изображения?
11. Какие виды планов и ракурсов наиболее часто используются в кино и медиа?
12. Что такое композиция кадра и как она влияет на восприятие зрителем?
13. В чем заключается различие между жестким и мягким освещением?
14. Как используются фильтры для коррекции цвета и создания эффекта в кадре?
15. Что такое градация цветов и почему она важна в постобработке?
16. Какое значение имеют эффекты глубины резкости в операторском искусстве?
17. Какие факторы следует учитывать при выборе объективов для съёмки?
18. Что такое локация и как ее правильно подбирать для съёмок?
19. Как операторская работа взаимодействует с сценаристской и режиссерской работой?
20. Какие технологии стабилизации изображения используются при съёмке?
21. Как стратегии монтажа влияют на восприятие видеоматериала зрителем?
22. Что такое виртуальная съёмка и какие технологии лежат в ее основе?
23. Какие основные тренды цифрового кино и медиа вы можете назвать в настоящий момент?
24. Каково значение музыкального сопровождения в создании визуального повествования?
25. Какие современные цифровые инструменты используются при редактировании отснятого материала?

### **Задания 2 типа**

Описание условий задачи

1. Какой стиль освещения был выбран для данной сцены и почему?
2. Каким образом композиция кадра влияет на восприятие зрителя?
3. Какие методы стабилизации изображения использовались и какой эффект они произвели?
4. Как движение камеры способствует пониманию сюжета?
5. Какие объективы были использованы и как их выбор повлиял на финальный результат?
6. Как цветокоррекция изменила атмосферу отснятого материала?
7. Какие техники съёмки применялись для передачи эмоций персонажей?
8. Как монтаж влияет на ритм и динамику видеоматериала?
9. Каким образом звуковое сопровождение усиливает визуальный ряд?
10. Какие визуальные эффекты добавлены в постпродакшн и с какой целью?
11. Как работает глубина резкости в создании акцентов в кадре?
12. Как выровнять уровень освещённости в условиях неравномерного освещения?
13. Какие методы использовались для избежания отражений и бликов?
14. Как физические ограничения локации повлияли на операторские решения?
15. Каково влияние цифровых технологий на современные методы съёмки?
16. Какие контрольные точки необходимо учитывать при планировании рабочего процесса на съёмочной площадке?
17. Как применяемые приёмы съёмки влияют на жанровую принадлежность видеоконтента?
18. Каким образом используются анимационные элементы для создания дополнительных смысловых слоёв?
19. Как ведущие линии и симметрия используются для направляющих акцентов в кадре?
20. Какие изменения в монтаже можно предложить для улучшения нарратива?
21. Как видеосъёмка интегрируется с другими мультимедийными элементами в проекте?
22. Какие этические соображения должны учитываться в операторской работе?
23. Каким образом выбирается подходящая частота кадров для конкретного проекта?

24. Какова роль операторских решений в создании уникального стиля проекта?
25. Как может измениться восприятие сцены, если применить альтернативные операторские техники?

### ***Задания 3 типа***

#### Описание условий задачи

1. Как выбрать соответствующий план и ракурс для съемки конкретной сцены?
2. Какие настройки камеры необходимо выполнить для съемки в условиях низкой освещенности?
3. Как правильно выставить экспозицию при использовании ручного режима камеры?
4. Какие методы можно использовать для создания эффекта размытия фона?
5. Как выбрать и использовать фильтры для достижения различных визуальных эффектов?
6. Какие способы существуют для стабилизации изображения при ручной съемке?
7. Как правильно настроить белый баланс для съемки в различных условиях освещения?
8. Как организовать работу с раскадровкой перед началом съемок?
9. Как выбрать подходящее освещение для съемки интервью?
10. Какие техники используются для создания эффекта замедленной съемки?
11. Как организовать многокамерную съемку и синхронизацию видео?
12. Как избежать "системных" звуков при записи, например, вентиляции или шороха?
13. Какие приемы можно использовать для передачи эмоций через крупный план?
14. Как изменить стиль композиции, используя правила третей и симметрии?
15. Каковы основные принципы работы с различными объективами (широкоугольными, телеобъективами и т.д.)?
16. Как проанализировать и выбрать локацию для съемок с точки зрения освещения и фона?
17. Как реализовать идею "режиссуры движения" при съемке сцен с движущимися объектами?
18. Как использовать звук для создания определенной атмосферы в видеопроекте?
19. Как проводить планирование бюджета на аренду оборудования для проекта?
20. Как подготовить оборудование к съемке, чтобы минимизировать время на настройку?
21. Как использовать диафрагму для управления глубиной резкости?
22. Как настроить и использовать телесуфлер при съемке интервью или шоу?
23. Какие методы применяются для использования дронов в операторском искусстве?
24. Как смонтировать материал с разных ракурсов, чтобы создать гармоничный видеоряд?
25. Как применять сюжетные узлы и элементы монтажа для создания напряженности в кадре?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Исполнительное продюсирование медиапроектов

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Исполнительное продюсирование медиапроектов» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017

Дисциплина «Исполнительное продюсирование медиапроектов» направлена на формирование понимания обучающимися общих закономерностей, а также сходств и различий видов, уровней и форм коммуникации при продюсировании медиапроекта. Особое внимание уделяется методам и технологиям продюсерской деятельности в медиакоммуникациях. В рамках курса формируется понимание возможностей практического приложения технологий продюсирования в профессиональной сфере. Обучающиеся осваивают навыки продюсирования и профессионального взаимодействия, а также осмысления перспектив развития медиапроектов.

### Цели изучения дисциплины:

**Целью** изучения дисциплины «Исполнительное продюсирование медиапроектов» является формирование представления обучающихся о структуре современного медиабизнеса, целях, задачах продюсеров, а также об основных технологиях, используемых в продюсировании.

### Задачи изучения дисциплины:

- формирование у обучающихся знания о медиабизнесе, его особенностях;
- достижение понимания методов и технологий в продюсировании в медиа.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен организовать работу и руководить подразделением (предприятием) в медиакоммуникаций	ПК-1	ПК-1.1. Знает все особенности функционирования медиарынка	ПК-1.1.1.1. особенности функционирования медиарынка	ПК-1.1.2.1. выявлять особенности функционирования медиарынка	ПК-1.1.3.1. работы с медиарынком	Практикум по решению задач
		ПК-1.2. Умеет анализировать медиарынки	ПК-1.2.1.1. методы анализа медиарынка	ПК-1.2.2.1. применять методы анализа медиарынка	ПК-1.2.3.1. анализа медиарынка	
		ПК-1.3. Имеет практический опыт проведения диагностики внутренних систем медиапредприятий	ПК-1.3.1.1. технологии проведения диагностики внутренних систем медиапредприятий	ПК-1.3.2.1. проводить диагностику внутренних систем медиапредприятий и медиапроектов	ПК-1.3.3.1. диагностики внутренних систем медиапредприятий и медиапроектов	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Основы телевидения и кинематографии	2		2						30	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 2. Редакционно-издательская деятельность	2		2						20	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 3. Производственная деятельность продюсера	2		2						20	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 4. Дистрибуция	2		2						22	Практикум по решению	

аудиовизуального произведения										задач / 20;
Всего в семестре, час	8 из 8		8							92 из 92 100 (ТКУ+ПА)
		8 из 8								
Итоговый контроль	Зачет									
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108									

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Тема 1. Основы телевидения и кинематографии**

Исторический обзор развития телевидения и кинематографии . Структура современного телевизионного и кино рынка. Материально-техническая база телевидения и кинематографии. Основы производства кино и телепродукции. Сетка телевизионного вещания телеканала. Ее структура и факторы, оказывающее влияние на ее формирование. Эфирные заявки. Микрофонные папки .Организация выпуска телевизионного контента в эфир Особенности регулирования телевидения в России и за рубежом.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Организация выпуска телевизионного контента в эфир Особенности регулирования телевидения в России и за рубежом

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

#### **Ссылки:**

<https://mediascope.net>

Профессия — продюсер кино и телевидения. Практические подходы: учебник для студентов вузов, обучающихся по специальности «Продюсерство кино и телевидения» и другим кинематографическим специальностям / под ред. В.И. Сидоренко, П.К. Огурчикова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. - 711 с. -(Серия «Медиаобразование»), - ISBN 978-5-238-01810-2. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniium.com/catalog/product/1028552>

### **Тема 2. Редакционно-издательская деятельность**

Изучение и исследование рынка потребителей, рынка СМИ и конкурентных изданий. Регистрация и лицензирование в области печатных и электронных средств массовой информации. Развитие электронных СМИ. Новостные сайты и агрегаторы. Форумы и чаты. Продюсирование в социальных сетях и блогосфере.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Форумы и чаты. Продюсирование в социальных сетях и блогосфере.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

#### **Ссылки:**

<https://www.mercator.ru>

### **Тема 3. Производственная деятельность продюсера**

Процесс организации информационного производства. Идея. Поиск идеи, утверждение идеи и сценария творческого телепроекта. Определение актуальности. Разработка календарно-постановочного плана для творческого проекта Предпроизводственная деятельность продюсера. Определение потенциальной аудитории. Разработка тематической и технологической модели телепрограммы. Написание сценария. Подготовка и разработка структуры сценария: экспозиция, завязка, действие (развитие), кульминация, развязка, пролог/эпизод. Создание сценарного плана. Авторские права. Основы производства аудиовизуальной продукции.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Этапы производства медиапродукции. Роль продюсера в производстве.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

**Ссылки:**

<https://www.gfk.com/ru/>

**Тема 4. Дистрибуция аудиовизуального произведения**

Основы дистрибуции аудиовизуального произведения. Первичный рынок сбыта аудиовизуальной продукции. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции. Организация рекламы аудиовизуальной продукции. Производство рекламы аудиовизуальной продукции. Франшиза. Медиарешенз.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Каналы дистрибуции аудиовизуальной продукции. Виды продвижения аудиовизуальной продукции.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

**Ссылки:**

<http://romir.ru/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

1. Продюсерство. Экономико-математические методы и модели : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальностям «Продюсерство кино и телевидения», «Продюсерство» и другим кинематографическим специальностям / О. В. Браилова, В. Г. Горчакова, С. С. Есионова [и др.] ; под редакцией Ю. В. Кривоуцкокого, Л. А. Фунберга. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 319 с. — ISBN 978-5-238-02724-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/83067.html>

**Дополнительная литература**

1. Олешко Е.В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Олешко Е.В.. — Екатеринбург : Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. — 128 с. — ISBN 978-5-7996-1470-6. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/68341.html>

2. Телевизионная журналистика : учебное пособие для студентов вузов / Г. Н. Бровченко, Ю. И. Долгова, Г. В. Перипечина [и др.] ; под редакцией Ю. И. Долговой, Г. В. Перипечинной. — Москва : Аспект Пресс, 2019. — 208 с. — ISBN 978-5-7567-1004-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/87958.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Справочная правовая система «Консультант плюс» <http://www.consultant.ru>

2. MercatorGroup <http://www.mercator.ru>

3. РИА Новости. Россия сегодня <https://ria.ru>

4. GfK. Международный институт маркетинговых и социальных исследований <https://www.gfk.com/ru/>

5. Mediascope <http://mediascope.net/>

6. Ассоциация коммуникационных агентств России [http://www.akarussia.ru/files/docs/akar\\_industrialnye\\_standarty\\_prezentaciya.pdf](http://www.akarussia.ru/files/docs/akar_industrialnye_standarty_prezentaciya.pdf)

**Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

**Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета

#### **Оценочные средства:**

Зачет, практикум по решению задач.

#### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

#### **Практикум по решению задач. Тема 1. Основы телевидения и кинематографии**

Задание 1 Формулирование идеи медиапроекта в сфере телевидения или кинематографии.

Заполнение карточки концепции медиапроекта (цель и ожидаемый результат), над которым

студенты будут работать в командах на протяжении всего курса.

### ***Практикум по решению задач. Тема 2. Редакционно-издательская деятельность***

Задание 2 Описание портретов целевой аудитории медиапроекта. Составление списка задач для достижения результата.

Заполненная карточка с портретом аудитории проекта. Составление списка задач для реализации проекта и внесение их в таск-менеджер (Trello или Asana).

### ***Практикум по решению задач. Тема 3. Производственная деятельность продюсера***

Задание 3 Ресурсы и бюджет медиапроекта.

Заполненная таблица с бюджетом и ресурсами для реализации проекта.

Задание 4 Риски и планирование проекта.

Заполненная таблица с рисками и диаграмма Ганта.

Задание 5 Элементы медиапроекта. Пользовательский сценарий.

Создание сценария пользователя и визуальных элементов медиапроекта.

### ***Практикум по решению задач. Тема 4. Дистрибуция аудиовизуального произведения***

Задание 6 Упаковка финального медиапроекта.

Оформление медиапроекта (дизайн и контент) в виде одностраничного сайта (лонгрида), интерактивного сервиса, многостраничного сайта.

Задание 7 Продвижение медиапроекта.

Создание списка каналов продвижения и медиаплана.

Задание 8 Анализ успешности медиапроекта.

Заполнение карточки анализа успешности проекта.

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### ***Задания 1 типа***

1. Сущность телевидения.
2. Виды телевидения.
3. Источники формирования доходов телеканалов.
4. Телевизионный контент.
5. Развитие телевидения за рубежом: технические, экономические и творческие аспекты.
6. Телеканалы и медиахолдинги.
7. Контент телевизионных каналов.
8. Предприятия, производящие телеконтент.
9. Материально-техническая база телевидения
10. Идея аудиовизуального произведения: источники генерации.
11. Фиксация идеи: сценарная заявка, синопсис, тритмент.
12. Рисковые затраты.
13. Офис-компания: команда и стоимость, минимальное оборудование и организационные вопросы.
14. Информационная деятельность и маркетинговые исследования.
15. Что такое сценарий? Правильный формат сценария.
16. Авторское право. Права и обязанности автора сценария.
17. Заказы и собственное производство.
18. Кредиты и отношения с финансовыми организациями.
19. Налоги при производстве медиапродукции.
20. Назовите этапы производства телепродукции
21. Назовите этапы производства кинопродукции
22. Назовите этапы производства музыкальной продукции
23. Назовите этапы производства печатной продукции
24. Что такое рейтинг телеканалов
25. Назовите виды электронных СМИ

## **Задания 2 типа**

### **Задания 2-го типа**

1. Назовите источники формирования доходов телеканалов?
2. Назовите виды расходов телеканалов?
3. Назовите источники формирования доходов кинокомпаний?
4. Назовите виды расходов кинокомпаний?
5. Назовите формы финансирования медиапроекта?
6. Варианты финансирования: американский, европейский, российский опыт.
7. Первичный рынок сбыта телевизионных программ
8. В чем отличие отчуждаемых и неотчуждаемых авторских прав
9. Процедура лицензирования авторских прав
10. Применение франшизы в медиапродуктах
11. Объясните зависимость закупочной стоимости телевизионной программы от рейтинга.
12. Сетка телевизионного вещания: структура и факторы, оказывающее влияние на ее

формирование.

13. Назовите современные тенденции потребления аудиовизуальной продукции на телевидении.
14. Как характеристика зрительских предпочтений влияют на продвижение медиапродукта.
15. Назовите этапы разработки стратегии продвижения аудиовизуального произведения.
16. Вторичные рынки сбыта аудиовизуальной продукции
17. Как распределяются кассовые сборы
18. Как заработать на бесплатном контенте?
19. Назовите процедуру организацию рекламы аудиовизуальной продукции
20. Раскройте особенности регулирования телевидения в России
21. Раскройте особенности государственного регулирования телевидения за рубежом
22. Как используется продакт плейсмент для дополнительного дохода
23. Раскройте роль медиарилейшнз в продвижении медиапродукта.
24. Как выстраивать личные отношения со СМИ.
25. Раскройте роль PR в продвижении медиапродукта.

### **Задания 3 типа**

Составьте план производства медиапродукта по видам, включая этапы производства, виды расходов, источники финансирования описание рисков, каналы продвижения продукта:

1. Кинофильм
2. Телепередача
3. Видеоролик
4. Музыкальный клип
5. Музыкальный альбом
6. Компьютерная игра
7. Мобильное приложение
8. Страница в социальной сети
9. Блог
10. Электронный журнал

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Графическое оформление цифровых медиапроектов: дизайн, шрифты, инфографика

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Графическое оформление цифровых медиапроектов: дизайн, шрифты, инфографика» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденным Приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017

Дисциплина «Графическое оформление цифровых медиапроектов: дизайн, шрифты, инфографика» направлена на формирование понимания обучающимися общих закономерностей графического оформления цифровых медиапроектов. Особое внимание уделяется методам и технологиям дизайна, шрифтогафике и созданию инфографики как важного элемента медиапроекта.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Цель дисциплины - освоение навыков графического оформления любого цифрового медиапроекта от использования инструментария дизайна до работы со шрифтами как ключевыми акцентами в медиапроекте и создания инфографики

### Задачи изучения дисциплины:

- изучение ключевых стратегий работы с различными типами информации для разных целевых аудиторий медиа;
- знакомство с передовыми практиками создания визуальных медийных продуктов;
- получение практических навыков визуализации информации с эффективным визуальным сторителлингом.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4	ПК-4.1. Организует реализацию и контроль за ходом создания текстов в сфере медиа и коммуникаций	ПК-4.1.1.1. принципы написания текстов в цифровых медиа	ПК-4.1.2.1. писать медиатексты для различных носителей	ПК-4.1.3.1. написания медиатекстов для цифровых носителей	Практикум по решению задач
		ПК-4.2. Создает и редактирует тексты в каналах медиа и цифровых коммуникаций, учитывая особенности технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4.2.1.1. особенности работы и распространения информации через различные каналы цифровых медиа	ПК-4.2.2.1. работать с различными каналами цифровых медиа	ПК-4.2.3.1. составления и распространения различных медиапродуктов через различные цифровые каналы	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1 Введение в медиавизуализацию	2		6						28	Практикум по решению задач / 30;	
Тема 2 Актуальные форматы визуализации медиапродукта: фотографика, типографика, инфографика	2		6						28	Практикум по решению задач / 30;	

Всего в семестре, час	4 из 4		12						56 из 56	100 (ТКУ+ПА)
		12 из 12								
Итоговый контроль	Зачет									
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72									

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1 Введение в медиавизуалистику*

Базовые теоретико-методологическими параметрами нового направления медивизуалистики с точки зрения освоения языка визуального текста, его анализа для формирования компетенций по созданию визуального образа, эффективной визуальной медиакommunikации, комплициности. Анализ визуальной повестки дня мировых и российских массмедиа. Тестирование проектов с позиций просьюмера.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Анализ современного состояния медиакommunikации в мире и в России.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

### *Тема 2 Актуальные форматы визуализации медиапродукта: фотография, типографика, инфографика*

Комплексный характер современного визуального медийного продукта. Требования к специалисту в области визуализации медиапроектов.

Развитие индивидуального авторского стиля и оригинального видения «режиссера» визуальной истории. Работа с фотографией. Формирование индивидуального видения героя визуальной истории.

Базовые положения типографики, ее новейшие ресурсы. Выработка индивидуального стиля, умение интегрировать различные изобразительные элементы в одной визуальной истории (разработка индивидуального образа с помощью шрифта). Статические и динамические инфографические истории.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Формирование новых форматов проектов, новых жанров масс медиа: дата журнализма и журнализма виртуальной реальности. Визуализация в новейших проектах Формирование визуальных образов.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### **Основная литература**

1. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. — Москва : Аспект Пресс, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139682.html>

2. Дроздова Е.Н. Моделирование объектов дизайна : учебное пособие / Дроздова Е.Н. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2023. — 92 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140145.html>

#### *Дополнительная литература*

1. Техника и технология медиадизайна. Кн.2. Электронные СМИ : учебное пособие / Л.А. Браславец [и др.].. — Москва : Аспект Пресс, 2018. — 176 с. — ISBN 978-5-7567-0968-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86120.html>
2. Хамматова В.В. Технология полиграфии : учебное пособие / Хамматова В.В., Тулузакова Г.П.. — Казань : Издательство КНИТУ, 2020. — 84 с. — ISBN 978-5-7882-2942-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/121066.html>

#### *Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"*

1. Рекламный портал <http://www.sostav.ru/>
2. Медийный сайт <http://sila.media/>
3. Медиа <https://www.cossa.ru/>

#### *Материально-техническая база*

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### *Лицензионное программное обеспечение*

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3 Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### *Свободно распространяемое программное обеспечение*

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### *Электронно-библиотечная система*

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru/>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### *Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:*

Промежуточная аттестация (ПА) по дисциплине проводится в форме зачета.

#### *Оценочные средства:*

Зачет, практикум по решению задач.

### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

#### **Суммарное количество баллов за ТКУ и ПА:**

**-50 и более (зачтено)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-Менее 50 (незачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Практикум по решению задач. Тема 1 Введение в медиавизуалистику***

Подготовка мини-исследования.

Для осуществления промежуточного контроля студенты выполняют практические задания в форме мини-исследования.

Результаты исследования презентуются на семинаре. Исследование базируется на анализе дополнительной литературы (научные, журналистские статьи, данные социологических исследований) по выбранной теме.

Требования к презентации мини-исследования:

- исследование обязательно включает основной исследовательский вопрос, чётко сформулированную гипотезу, методологию, теоретическую базу, результаты и вывод;
- в ходе исследования необходимо систематизировать и проанализировать не менее трех примеров по исследуемому вопросу;
- теоретическая база должна включать как минимум 3 научных источника (из них – не менее одной научной статьи по исследуемому вопросу), список литературы должен быть отражён в презентации;
- формат презентации – 10 минут.

Темы:

Темы:

- 1 Новые формы представления информационного материала в СМИ.
- 2 Классификации визуальных элементов информации
- 3 Разновидности визуального контента в печатных СМИ и издательских проектах.
- 4 Редакторская концепция издания. Проблема анализа концепции издания с точки зрения текстового, визуального, мультимедийного формата представления материала
- 5 Периодизация метода визуализации информации в российской печати.  
Характеристика этапов развития
- 6 Современный медиатекст в эстетике и стилистике графического дизайна и веб-дизайна.
- 7 Креолизованный текст
- 8 Факторы, определяющие концепцию современного издания, медиатекста
- 9 Распространенные элементы-инструментарии визуализации: графические символы,

фотоизображения, рисунки, типографика. Принципы функционирования.

10 Укрупненные типологические единицы визуализации: репрезентации медийной информации, видео, анимация, карты, принтскрины, облако тегов. Принципы функционирования

11 Тематические принципы функционирования инфографики.

12 Инфографика как продукт графического дизайна в СМИ.

13 Инфографика как основной инструмент визуализации информации в СМИ

14 Главные формы инфографики и методы их функционирования.

15 Типичные недостатки / ошибки, возникающие при разработке издательского проекта при выборе инструментов визуализации

16 Базовые элементы визуализации интернет-СМИ: видеоряд, видеосюжеты и фотография. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта.

17 Базовые элементы инфографики интернет-СМИ: структурированные таблицы и списки, диаграммы, графики и таймлайны. Принципы и методы их функционирования при разработке концепции издательского проекта

18 Контент-инфографика: мультимедийные истории, лонгриды, интерактивные карты

19 Графический дизайн в интернет-СМИ через призму концепции издательского проекта

20 Авторское право: источники изображений для инфографики, обзор ресурсов готовых изображений.

1 Новые формы представления информационного материала в СМИ.

2 Классификации визуальных элементов информации

3 Разновидности визуального контента в печатных СМИ и издательских проектах.

***Практикум по решению задач. Тема 2 Актуальные форматы визуализации медиaproдукта: фотография, типографика, инфографика***

Творческое задание № 1: Создание познавательного изображения для научного издания.

Темы на выбор: экология, география, цифровые технологии.

Творческое задание № 2: Иллюстрирование журнальных обложек.

Творческое задание №3: Создание рекламной и коммерческой иллюстрации.

Творческое задание № 4: Создание инфографического объекта на заданную тему. Ход работы: поиск и анализ аналогов; выбор данных для визуализации; выбор средств визуализации; выбор композиционного, стиливого, цветового и шрифтового решения; разработка итогового решения.

Творческое задание № 5: Создание мультимедийных иллюстраций для настольной игры с возможностью их демонстрации в дополненной реальности (создание персонажей, создание электронного книжного издания).

Творческое задание № 6: Подборка визуального контента. Сделать подборку различных видов визуального контента социальной рекламы (фотографии, иллюстрации и другие векторные изображения, видео, инфографика, диаграммы и графика, типографика).

Проанализировать подобранные примеры.

Творческое задание № 7: Анализ материалов, созданных с помощью инфографики.

Проанализировать и описать выданный пример применения инфографики, как средства визуализации данных: тип инфографики, виды инфографики, необходимость, точность использования выбранных средств для решения проблемы, цвет, композиция, стиль, шрифтовое решение.

Творческое задание № 8: Создание мультимедийного ролика с элементами инфографики

Создать мультимедийный (публицистический с элементами аналитики) лонгрид.

Инфографика должна быть создана участниками на основе самостоятельно собранного

материала опросов старшеклассников. Студенты вправе использовать специализированные онлайн-сервисы для создания инфографики, создания и редактирования изображений, редактирования аудио, фото и видео.

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### ***Задания 1 типа***

- 1 Визуализация в медиакommunikации: основные особенности в XXI веке.
- 2 Визуализация: подходы к изучению в гуманитарных науках.
- 3 «Визуальный поворот» и современная медиавизуалистика.
- 4 Визуальное мышление: базовые параметры.
- 5 Визуальная грамотность в медиакommunikации.
- 6 Визуальная культура vs. визуальная грамотность.
- 7 Визуальный текст.
- 8 Цифровой визуальный текст.
- 9 Визуальный сторителлинг (на примере различных медиа).
- 10 Визуальная история масс медиа.
- 11 Визуализация в современных медиа: визуальная журналистика.
- 12 Визуализация в современных медиа: новые жанры (дата журнализм, журнализм виртуальной реальности).
- 13 Визуализация в массмедиа: инструментарий и навыки медиаспециалиста.
- 14 Аудитория новых медиа: особенности визуального вовлечения.
- 15 Новые и экспериментальные форматы масс медиа.
- 16 Режиссура мультимедийной истории.
- 17 Мультимедийные лонгриды как новый медиаформат.
- 18 Скетчинг: особенности сторителлинга.
- 19 Фотографика: особенности коммуникативных стратегий.
- 20 Типографика в XXI веке.
- 21 Инфографика: типология, функции.
- 22 Динамическая инфографика.
- 23 Визуализация открытых данных: картография.
- 24 Визуализация больших данных: особенности медийного дата проекта.
- 25 Арт-визуализация больших данных.

### ***Задания 2 типа***

- 1 Выразительные средства создания иллюстрации.
- 2 Графические техники создания журнальной иллюстрации.
- 3 Графические материалы создания иллюстрации.
- 4 Тренды в современной журнальной иллюстрации.
- 5 Понятие «условности» художественного образа.
- 6 Техника «коллаж» в иллюстрации.
- 7 Цифровые графические техники создания иллюстрации.
- 8 Сюжетно-композиционный центр в иллюстрации.
- 9 Этапы создания иллюстрации (разработка художественного образа).
- 10 Приемы использования шрифта в качестве иллюстрации.
- 11 Преимущества и недостатки использования фотографии в иллюстрировании.
- 12 Прием кадрирования изображения.
- 13 Фотография в иллюстрации.
- 14 Приемы осуществления творческого поиска и проработка проектной идеи.
- 15 Стилистическое единство заголовка и изображения.
- 16 Композиционные приемы гармонизации взаимодействия заголовка и иллюстрации.

- 17 История развития инфографики, особенности, значение, преимущества
- 18 Законы восприятия
- 19 Принципы создания инфографики. Типы инфографики
- 20 Виды инфографики по формату представления. Виды инфографики по способу представления.
- 21 Роль текстовой информации в инфографике. Шрифты, правила использования.
- 22 Роль цвета, колористика. Сервисы для подбора и генерации цветовых сочетаний. Композиция, общие правила.
- 23 Эскизирование.
- 24 Видеоинфографика (понятие, примеры).
- 25 Интерактивная инфографика (понятие, примеры).
- 26 Анимированная инфографика (понятие, примеры).
- 27 Тренды в инфографике. Этапы создания инфографики. Сервисы, с помощью которых можно создать инфографику.
- 28 Аналитика, умение анализировать инфографические объекты.
- 29 Особенности выбора данных непосредственно для визуализации.
- 30 Способы создания инфографических объектов (программы, сервисы, готовые наборы, шаблоны).

### ***Задания 3 типа***

Задание № 1: Создание мультимедийных иллюстраций для медиа .

Задание № 2: Подборка визуального контента. Сделать подборку различных видов визуального контента социальной рекламы (фотографии, иллюстрации и другие векторные изображения, видео, инфографика, диаграммы и графика, типографика).

Проанализировать подобранные примеры.

Задание № 3: Анализ материалов, созданных с помощью инфографики.

Проанализировать и описать выданный пример применения инфографики, как средства визуализации данных: тип инфографики, виды инфографики, необходимость, точность использования выбранных средств для решения проблемы, цвет, композиция, стиль, шрифтовое решение.

Творческое задание № 4: Создание мультимедийного ролика с элементами инфографики

Создать мультимедийный (публицистический с элементами аналитики) текст.

Студенты вправе использовать специализированные онлайн-сервисы для создания инфографики, создания и редактирования изображений, редактирования аудио, фото и видео.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Социология и психология цифровых медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Социология и психология цифровых медиа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 531.

Дисциплина «Социология и психология цифровых медиа» предполагает осмысление обучающимся методологии работы медиакоммуникационных систем, дает целостное представление о месте и роли медиакоммуникаций в комплексе массовых коммуникаций, психологическим и социологическим аспектам современных медиа, после освоения которых студент должен обладать знаниями в области цифровых медиа.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Цель изучения дисциплины сформировать у студентов способность анализировать медиапродукты с применением основных психологических и социологических теорий.

### Задачи изучения дисциплины:

- формирование социологических и психологических представлений о специфике современных цифровых медиакоммуникаций;
- характеристика основных теоретических концепций медиакоммуникаций в исторической ретроспективе;
- выработка навыков использования теории медиакоммуникаций в качестве концептуальной основы для психологического и социологического анализа процессов, происходящих в сфере медиа;
- выработка практических навыков в моделировании концепции СМИ, локального медиапроекта.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен осуществлять проектно-аналитическую и научную деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2	ПК-2.1. Осуществляет разработку программ исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.1.1.1. методологию социологических и психологических исследований в сфере медиакоммуникаций	ПК-2.1.2.2. самостоятельно и правильно оценивать эффективность исследований медиа	ПК-2.1.3.1. проведения медиаисследований	Занятие семинарского типа Семинар в диалоговом режиме
			ПК-2.1.1.2. основы создания программ исследований в сфере медиа		ПК-2.1.3.2. составления программы медиаисследований	
			ПК-2.1.1.3. психологические и социологические особенности медиакоммуникаций		ПК-2.1.3.3. оценки психологических и социологических эффектов медиа	
		ПК-2.2. Разрабатывает инструментарий исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.2.1.1. методику разработки инструментария исследования медиасреды и повестки дня	ПК-2.2.2.1. проводить комплексную подготовку инструментария медиаисследований	ПК-2.2.3.1. проектировать применение инструментария исследований;	
			ПК-2.2.1.3. методологию сбора и интерпретации медиаданных	ПК-2.2.2.2. самостоятельно оценивать эффективность исследований информационной среды	ПК-2.2.3.2. разрабатывать структуру исследований информационной среды;	
				ПК-2.2.2.3. управлять работами по применению	ПК-2.2.3.3. управлять работами по применению	

				применять инструментарий исследований на практике.	инструментария медиаисследований  ПК-2.2.3.4. оценивать социально-психологические эффекты медиа
		ПК-2.3. Оформляет результаты исследовательской деятельности в сфере медиа и коммуникаций в виде аналитических отчетов, презентаций, научных и научно-практических публикаций	ПК-2.3.1.1. методику оформления результатов в виде отчетов;  ПК-2.3.1.2. методику оформления результатов в виде презентаций;  ПК-2.3.1.3. Методику оформления результатов в виде научно-практических публикаций;  ПК-2.3.1.4. Методику оценки эффектов медиа	ПК-2.3.2.1. организовать рабочее пространство;  ПК-2.3.2.2. Организовать рабочее время для проведения исследования  ПК-2.3.2.3. Выбирать программное обеспечение для анализа медиа  ПК-2.3.2.4. оценивать результаты анализа медиа	ПК-2.3.3.1. Оформления результатов в медиапродукте;  ПК-2.3.3.2. Оформления результатов в презентациях;  ПК-2.3.3.3. Оформления результатов в научно-практических публикациях  ПК-2.3.3.4. Сдавать готовый продукт заказчику

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Предметное поле и задачи социологии и психологии цифровых медиа	1	1								21	Занятие семинарского типа / 10;
Тема 2. Социологические теории в цифровых медиа	1	1								21	Занятие семинарского типа / 10;
Тема 3. Психологические теории в цифровых медиа	1	1								11	Семинар в диалоговом режиме / 10;
Тема 4. Социально-психологические функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиа воздействия	1	1								11	Семинар в диалоговом режиме / 10;
Всего в семестре, час	4 из 4	4								64 из 64	100 (ТКУ+ПА)
		4 из 4									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

*Тема 1. Предметное поле и задачи социологии и психологии цифровых медиа*

Взаимосвязь психологии и социологии массовых коммуникаций с другими науками (социальная психология, социология, педагогика, медиапсихология, медиаобразование, журналистика, культурология, кросс-культурная психология, социология массовых коммуникаций, реклама и PR и др.). Вклад данных наук в психологию массовых коммуникаций. Предметное поле психологии массовых коммуникаций. Базовые понятия. Задачи и направления медиапсихологических исследований. Категории и принципы психологии массовых коммуникаций. История становления и развития исследования массовых коммуникаций. Генезис и развитие средств массовых коммуникаций. Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Современное состояние медиапсихологических исследований.

**Формы контроля:**

Занятие семинарского типа

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций. Современное состояние медиапсихологических исследований.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

**Ссылки:**

<http://www.isras.ru/>

**Тема 2. Социологические теории в цифровых медиа**

Типы, формы, способы, методы и приемы реализации коммуникативной функции. Методы эффективного воздействия в пространстве коммуникации. Функции СМК. Массмедиа как социальный институт. Функции и дисфункции СМИ в работах Р. Мертона, П. Лазарсфельда, Г. Лассуэлла. Функции массмедиа на уровне общества и индивида. Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа.

**Формы контроля:**

Занятие семинарского типа

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Проблема эмпирического изучения функций и дисфункций медиа.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

**Ссылки:**

<https://www.gfk.com/ru/>

**Тема 3. Психологические теории в цифровых медиа**

Психологические механизмы восприятия медиа (готовность, ожидание, идентификация, эмпатия, эффект эмоционального заражения). Механизмы психологической защиты (вытеснение, проекция и рационализация) и их проявления в массовой коммуникации.

Теория «Управления настроением» Д. Цельмана. Гипотеза «Основного направления». «Процессуальная модель исследования фрейминг-процессов» (Шойфелле). «Модель двухступенчатого потока коммуникации» Лазарсфельда, Берельсона и Годэ. «Культивация мнений» Дж. Гербнера. «Усталость от сочувствия» (Местрович). «Модели маркетингового отклика» (когнитивные, аффективные, интегративные, модели низкой вовлеченности). «Теория унифицированных последствий». Модель оценки стимула Клауса Шерера (критерии оценки: релевантность, импликация, способность к преодолению, соответствие нормам). «Концепт содержательности СМИ» (Райс).

Эффекты влияния массмедиа на личность (эффекты дезиндивидуализации личности, зависимость от массмедиа, конформизм и др.). Эффект Бартлета. Эффект ореола. Эффект привыкания. Эффект Барнума. Эффект насыщения. Эффект бумеранга. Эффект иллюзии знаний (Ноэлле-Нойманн). «Болезнь развлечения» (Хольтц-Бах). «Закон вымышленной действительности». «Эффект третьего лица». «Сеть удовольствий» Веннера.

Анализ современных исследований в области медиаэффектов. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.

**Формы контроля:**

Семинар в диалоговом режиме

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Анализ современных исследований в области медиаэффектов. Функции и типология эффектов воздействия Интернета.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

#### **Ссылки:**

<http://romir.ru/>

#### **Тема 4. Социально-психологические функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиа воздействия**

Теоретическая и практическая значимость исследований эффектов медиа воздействия. Обзор зарубежных и отечественных исследований социально-психологических эффектов массмедиа. Типология эффектов. Способы оценки СМИ: оценка содержания, оценка продолжительности воздействия, оценка последствий. Долгосрочные/краткосрочные. Планируемые/непланируемые. Эффекты массовой коммуникации на индивидуальном и общественном уровнях: индивидуальный отклик; индивидуальная реакция; коллективная реакция; распространение инноваций; социальный контроль. Институциональные, культурные изменения, влияние на результаты событий.

Социально-психологические функции исследований аудитории массмедиа. Теории влияния СМИ на аудиторию. Теории медиаэффектов. Эффект аудитории, эффект аккумуляции, эффект зрителя-наблюдателя, эффект запоздалой реакции, эффект ложного консенсуса и т.д.

#### **Формы контроля:**

Семинар в диалоговом режиме

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Эффект аудитории, эффект аккумуляции, эффект зрителя-наблюдателя, эффект запоздалой реакции, эффект ложного консенсуса и т.д.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet.

#### **Ссылки:**

<http://romir.ru/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

1. Качалов, Л. К. Психология массовых коммуникаций : учебное пособие / Л. К. Качалов. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2020. — 164 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/102134.html>
2. Логутова М.А. Социология массовых коммуникаций : учебное пособие / Логутова М.А.. — Новосибирск : Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2024. — 95 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/149553.html>

#### **Дополнительная литература**

1. Топеха Т.А. Психология делового общения : учебно-методическое пособие / Топеха Т.А.. — Пермь : Пермский государственный технический университет, 2010. — 281 с. — ISBN 978-5-398-00501-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110383.html>
2. Игнатова, И. Б. Новые медиа: теория и практика : учебно-методическое пособие / И. Б. Игнатова, Е. С. Зубаркина, А. В. Землянский. — Москва : Московский педагогический государственный университет, 2022. — 96 с. — ISBN 978-5-4263-1095-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/130139.html>

#### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. <http://psychology.net.ru> – база профессиональных данных «Мир психологии»
2. <http://www.koob.ru> – полнотекстовая литература по педагогике и психологии.

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### ***Свободно распространяемое программное обеспечение***

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### ***Электронно-библиотечная система***

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### ***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### ***Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:***

Текущий контроль проводится в виде семинаров, а промежуточный в виде зачета

#### ***Оценочные средства:***

Зачет, занятия семинарского типа.

#### ***Процедура оценивания:***

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### ***Шкала и критерии оценки, балл:***

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

- 1:0-20;
- 2:0-20;
- 3:0-20 .

**-90 и более (зачтено)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология

Задание выполнено правильно.

Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (зачтено)**– ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.

Ход выполнения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (зачтено)**– ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые аргументы, использована профессиональная терминология.

Задание выполнено частично.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Занятие семинарского типа. Тема 1. Предметное поле и задачи социологии и психологии цифровых медиа***

Вопросы для проведения семинара

1. Предмет психологии журналистики.
2. Основные задачи психологии журналистики.
3. Методы исследования в психологии журналистики.
4. Методологические основы в психологии журналистики.
5. Основные социально–психологические теории и журналистика.
6. Сознание индивида, общественное сознание, массовое сознание - единство и различие.
7. Психологические методы воздействия на сознание и поведение людей (подражание, внушение, заражение, убеждение).
8. Психологические аспекты массовой коммуникации и СМИ (внутренняя потребность человека в информации и её социально–психологическая зависимость от мотивов, установок, социализации, социального статуса).
9. Основные психологические и социально–психологические функции СМИ.
10. Информационно–психологические войны в российских СМИ (конфликты между СМИ и властью, информационные войны против общества).
11. Проблемы психологической защиты личности от последствий информационных войн.
12. Междисциплинарный характер психологии журналистики.
13. Роль курса психологии журналистики в системе наук и подготовке журналиста.

### ***Занятие семинарского типа. Тема 2. Социологические теории в цифровых медиа***

Вопросы для проведения семинарского занятия

1. Характеристика журналистского общения.
2. Особенности аудитории печати, телевидения, радио и сетевых СМИ, её социально–психологическая структура.
3. Социально–психологические методы изучения аудитории.
4. Социально–психологические эффекты массовой информации.
5. Внушение как ведущая форма воздействия (манипулирование, стереотипизация, мифологизация, имидж-мейкерство).

### ***Семинар в диалоговом режиме. Тема 3. Психологические теории в цифровых медиа***

Вопросы для проведения семинарского занятия в диалоговом режиме

1. Зарубежные и отечественные представители психологии массовых коммуникаций и их вклад в развитие данной отрасли.
2. Развитие и становление зарубежных и отечественных исследований в области медиакоммуникаций.
3. Современное состояние медиапсихологических исследований.
4. Определение социальной коммуникации, элементы коммуникативной ситуации.
5. Особенности межличностной, классической массовой и современной массовой коммуникации. Анонимность, интерактивность и социальное присутствие в массовой коммуникации.
6. Массовая коммуникация как источник воздействия: теория повестки дня, теория прайминга, теория культивации и социально-когнитивная теория.
7. Осознание влияния массовой коммуникации: эффект «третьего лица».
8. Многоступенчатое влияние массовой коммуникации.
9. Массовая коммуникация как средство удовлетворения потребностей: теория использования и удовлетворения, влияние индивидуальных особенностей на частоту и мотивацию использования современных коммуникационных технологий (социальных сетей, игр и т.д.).
10. Массовая коммуникация как форма двухстороннего общения: теории «дефицита» и «возможностей»;

теории замещающей социальной активности, обработки социальной информации, воспринимаемой реальности онлайн взаимодействия, деиндивидуализации.

***Семинар в диалоговом режиме. Тема 4. Социально-психологические функции, типология и подходы к исследованию эффектов медиа воздействия***

Вопросы для проведения семинарского занятия в диалоговом режиме

1. Психологические методы воздействия на сознание и поведение людей (подражание, внушение, заражение, убеждение).
2. Характеристика социально–психологического климата редакционного коллектива.
3. Особенности конфликтов в малых группах.
4. Стратегии поведения журналистов в конфликтных ситуациях.
5. Лидерство и руководство в редакционных коллективах.
6. Мотивы обращения, аудитории к СМИ.
7. Биологические и психологические аспекты социожурналистики.
8. Классификация типов массовой аудитории.
9. Аудиторные факторы эффективности СМИ.
10. Характеристика журналистского общения.
11. Особенности аудитории печати, телевидения, радио и сетевых СМИ, её социально–психологическая структура.
12. Социально–психологические методы изучения аудитории.
13. Социально–психологические эффекты массовой информации.

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

***Задания 1-го типа***

1. Сущность массовых коммуникаций.
2. Модели массовой коммуникации.
3. Понятие медиапсихологии.
4. Объект психологии массовых коммуникаций.
5. Предмет психологии массовых коммуникаций.
6. Личность как объект восприятия массовых коммуникаций.
7. Бихевиоризм и пропаганда в массовых коммуникациях.
8. Роль когнитивизма в воплощении образовательной функции СМК.
9. Гештальтпсихология в массовой коммуникации.
10. Теория бессознательного, добро и зло в массовых коммуникациях.
11. Гуманистическая психология и теория развития личности с помощью массовых коммуникаций.
12. Отечественная психология и развитие СМК.
13. Характеристики ценностных систем при восприятии перспективы выживания.
14. Проблемы ценностей в системе массовых коммуникаций.
15. Трансляция ценностей в современной системе массовых коммуникаций.
16. Субъекты, влияющие на ценностные ориентировки в СМИ.
17. Психология массовидных явлений.
18. Особенности поведения в толпе.
19. Регулирующая деятельность массовой коммуникации при появлении массовидных явлений.
20. Общественное мнение как продукт средств массовой коммуникации.
21. Факторы, влияющие на восприятие информации массовой аудиторией.
22. Способы воздействия СМК на целевую аудиторию.
23. Понятие аудитории в массовой коммуникации.
24. Типология аудитории в массовой коммуникации.
25. Мотивы аудитории как потребителя массовой информации.

***Задания 2-го типа Задания на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности:***

1. Раскройте информированность массовой аудитории как проблему современных СМК.
2. Информационно-потребительская деятельность массовой аудитории. Приведите примеры.
3. Механизм восприятия массовой информации. Приведите примеры.
4. Механизм воздействия массовой информации на целевую аудиторию. Приведите примеры из СМИ.

5. Непрофессионализм журналиста и негативная трансформация СМИ. Выскажите ваше мнение.
6. Психологическая защита от негативной трансформации СМИ. Проведите анализ.
7. Охарактеризуйте оформление подборок и тематических полос в газетах с точки зрения психологии.
8. Охарактеризуйте обложку журнала и первая страница газеты с точки зрения приемов воздействия.
9. Опишите структуру периодического издания.
10. Сравните композицию газеты и журнала.
11. Охарактеризуйте виды верстки.
12. Сравните моделирование периодических и интернет-изданий.
13. Соотнесите процесс макетирования и компьютерную верстку.
14. Охарактеризуйте эстетику оформления. Контрасты и нюансы на полосе.
15. Опишите правила эстетики оформления издания. Пропорции и равновесие на полосе.
16. Опишите заголовочный комплекс. Его оформление в газете и журнале.
17. Охарактеризуйте стили шрифтового оформления периодических изданий.
18. Определите функции иллюстрации в газете и журнале.
19. Охарактеризуйте рекламу в газете и журнале.
20. Анализ шрифтового оформления газеты (журнала).
21. Проанализируйте инфографику в качественном печатном и интернет-издании.
22. Анализ оформления авторского блога (по выбору).
23. Анализ оформления интернет-журнала (по выбору).
24. Определите функции анимации в интернет-издании.

### **Задания 3 типа**

#### **Задание 1.**

##### Анализ новостных сообщений

Цель задания – проанализировать приемы, с помощью которых авторы новостных сообщений интерпретируют события. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- выберите событие, которое широко освещалось в новостях;
- найдите три сообщения, посвященные этому событию и опубликованные в разных источниках массовой коммуникации;
- выделите способы интерпретации события, которые используются в этих сообщениях;
- создайте свое новостное сообщение, чтобы задать определенную интерпретацию этого.

#### **Задание 2.**

##### Теоретический анализ сообщений массовой коммуникации

Цель задания – проанализировать сообщения массовой коммуникации с позиции разных теоретических подходов. Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- найдите сообщение массовой коммуникации, которое, с Вашей точки зрения, можно проанализировать с позиции разных теорий;
- выберите три любые теории, объясняющие воздействие классической или современной массовой коммуникации;
- объясните воздействие выбранного сообщения с позиции этих теоретических подходов; поясните свою точку зрения конкретными примерами;

#### **Задание 3.**

##### Планирование обучающего ресурса в массовой коммуникации

Цель задания – придумать содержание и структуру обучающего ресурса в средствах массовой коммуникации (сайт, серьезную компьютерную игру, серию передач и т.д.). Чтобы достичь этой цели, сделайте следующее:

- определите целевую аудиторию ресурса;
- выделите знания и навыки, для формирования которых предназначен ресурс;
- разработайте содержание и структуру ресурса для формирования этих знаний и
- придумайте дополнительные детали, которые повысят эффективность ресурса;

#### **Задание 4.**

##### Анализ сообщений в кампаниях социального маркетинга

Цель задания – проанализировать сообщения массовой коммуникации, которые используются в кампаниях социального маркетинга. Чтобы достичь этой цели, сделайте

- найдите три сообщения, которые транслируются по каналам массовой коммуникации в рамках определенной кампании социального маркетинга;
- объясните, на какую аудиторию рассчитаны эти сообщения (какую стратегию анализа использует аудитория);
- проанализируйте факторы убеждения, которые используются в этих сообщениях;
- придумайте свое сообщение, которое могло бы использоваться в этой кампании;

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Медиабрендинг

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Медиабрендинг» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 531.

Дисциплина «Медиабрендинг» предполагает изучение основных принципов и форм продвижения бренда в медиасреде, включает в себя разработку стратегий для формирования уникального образа бренда, его идентификации и продвижения в различных медиаканалах. Курс "Медиабрендинг" охватывает такие темы, как анализ целевой аудитории, разработка бренд-стратегии, управление коммуникациями, использование социальных сетей и другие современные методы маркетинга. Этот курс предназначен для студентов, которые хотят получить знания и навыки в области медиамаркетинга и управления брендами.

Дисциплина входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений, блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Целью изучения дисциплины "Медиабрендинг" является приобретение студентами теоретических знаний и практических навыков в области разработки и управления брендами в медиасреде.

### Задачи изучения дисциплины:

1. Формирование у студентов понимания основных принципов и методов медиабрендинга.
2. Ознакомление с современными тенденциями и инновационными подходами в области медиабрендинга.
3. Развитие у студентов аналитического мышления, необходимого для анализа рынка и целевой аудитории.
4. Освоение студентами инструментов и техник для разработки и реализации бренд-стратегий.
5. Развитие навыков работы с различными медиаканалами и социальными сетями для продвижения бренда.
6. Обучение студентов методам оценки эффективности медиакампаний и корректировки стратегий в зависимости от результатов.
7. Подготовка студентов к профессиональной деятельности в области медиабрендинга и маркетинга.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен осуществлять проектно-аналитическую и научную деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2	ПК-2.1. Осуществляет разработку программ исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.1.1.1. методологию социологических и психологических исследований в сфере медиакоммуникаций	ПК-2.1.2.1. проводить комплексную подготовку к исследованиям в сфере медиа	ПК-2.1.3.1. проведения медиаисследований	Аналитический отчет
		ПК-2.2. Разрабатывает инструментарий исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.2.1.1. методику разработки инструментария исследования медиасреды и повестки дня	ПК-2.2.2.1. проводить комплексную подготовку инструментария медиаисследований	ПК-2.2.3.1. проектировать применение инструментария исследований;	
		ПК-2.3. Оформляет результаты исследовательской деятельности в сфере медиа и коммуникаций в виде аналитических отчетов, презентаций, научных и научно-практических публикаций	ПК-2.3.1.1. методику оформления результатов в виде отчетов;	ПК-2.3.2.1. организовать рабочее пространство;	ПК-2.3.3.1. Оформления результатов в виде медиапродукте;	
Способен разработать и продвигать	ПК-5	ПК-5.1. Формирует авторский коллектив	ПК-5.1.1.1. Методологию формирования	ПК-5.1.2.1. запускать пилотные проекты интервью в	ПК-5.1.3.1. работы в команде при создании	

индивидуальный и (или) коллективный проект (медиапродукт) в сфере медиакоммуникаций с применением информационно-коммуникационных технологий	разработчиков новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	авторского коллектива в контексте разработки формата интервью	составе авторской команды	проекта интервью
	ПК-5.2. Руководит процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	ПК-5.2.1.1. особенности процесса создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта в жанре интервью	ПК-5.2.2.1. руководить процессом создания нового медиаформата или творческого пилотного медиапроекта	ПК-5.2.3.1. создания медиапроекта в жанре интервью
	ПК-5.3. Определяет потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов	ПК-5.3.1.1. особенности потенциальных площадок размещения и каналов распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов в жанре интервью	ПК-5.3.2.1. использовать потенциальные площадки размещения и каналы распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов в жанре интервью	ПК-5.3.3.1. работы с потенциальными площадками размещения и каналами распространения новых медиаформатов и творческих пилотных проектов в жанре интервью
	ПК-5.4. Проводит анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и неудовлетворенных потребностей	ПК-5.4.1.1. основы анализа контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и неудовлетворенных потребностей для запуска проекта интервью	ПК-5.4.2.1. Проводить анализ контента и аудитории с целью выявления свободных ниш и неудовлетворенных потребностей для запуска проекта интервью	ПК-5.4.3.1. запуска проекта интервью в свободной нише

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Основы медиа-брендинга. Бренд как объект продвижения в медиаканалах	4		4						28	Аналитический отчет / 45;	
Тема 2. Медиаканалы. Медиабренды.	4		4						28	Аналитический отчет / 45;	
Всего в семестре, час	8 из 8		8						56 из 56	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8									
Итоговый контроль	Экзамен										
Итоговый экзамен (в академических часах)	36										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### Тема 1. Основы медиа-брендинга. Бренд как объект продвижения в медиаканалах

Бренд, брендинг, медиабрендинг: определение понятий. Медиабрендинг: цели и задачи. Создаем бренд для продвижения в медиаканалах. Бренд корпоративный, товарный, персональный. Корпоративная бренд-модель. Архитектура брендов корпорации. ДНК бренда. ToV, архитепирование, якоря ВАК и т.д. Выбор медиаканалов для продвижения бренда.

### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Выбор медиаканалов для продвижения бренда.

### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

### **Тема 2. Медиаканалы. Медиабренды.**

Медиаканалы PR продвижения: видеоподкасты, аудиоподкасты, электронные журналы и т.д. Бренд-медиа: сайт, соцсети, блоги и т.д. корпоративные медиа. Медиабренды продуктов ТВ, радио, прессы.

### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Медиабренды продуктов ТВ, радио, прессы.

### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### **Основная литература**

Хамаганова К.В. Основы брендинга : учебное пособие / Хамаганова К.В.. — Санкт-Петербург : Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна, 2022. — 130 с. — ISBN 978-5-7937-2058-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/140154.html>

### **Дополнительная литература**

Коротков, А. В. Маркетинговые исследования : учебное пособие для вузов / А. В. Коротков. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 303 с. — ISBN 5-238-00810-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141811.html>

### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Альманах лаборатория рекламы: Оценка эффективности PR-деятельности критерии и методы <http://www.advlab.ru/articles/article363.htm> 2. Sostav. Интернет портал о рекламе, маркетинге и PR. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) 3. Рекламные идеи. Российский журнал о творческом брендинге. <http://www.advi.ru> 4. Портал о дизайне и брендинге THEDIELINE – <http://www.thedieline.com> 5 VC.RU – стартапы, бизнес, технологии <https://vc.ru/> 6. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. Новости, интервью с ведущими специалистами, отраслевые рейтинги, статьи, информация о событиях рекламного бизнеса. <https://adindex.ru/> 7. Rusability . Платформа для развития маркетологов. Регулярно выходят новости и статьи, освещаются курсы по digital, бизнесу и менеджменту, аналитике. <https://rusability.ru/articles> 8. Лайкни – интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге: кейсы, мастер-классы, интервью с признанными экспертами отрасли. <https://www.likeni.ru/>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### ***Свободно распространяемое программное обеспечение***

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### ***Электронно-библиотечная система***

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### ***Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы***

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### ***Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:***

Экзамен

#### ***Оценочные средства:***

Аналитический отчет, экзамен.

#### ***Процедура оценивания:***

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### ***Шкала и критерии оценки, балл:***

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-3 балла

Задание 2: 0-3 балла

Задание 3: 0-4 балла

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые выкладки, использована профессиональная лексика. Ход решения задания правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые

выкладки, использована профессиональная лексика. Задания решены частично.

-Менее 50 (неудовлетворительно) – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задания не решены

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

*Аналитический отчет. Тема 1. Основы медиа-брендинга. Бренд как объект продвижения в медиаканалах*

### **Практикум по решению задач к теме №1**

- Разработать корпоративную бренд-модель.
- Для каждого уровня (личный-корпоративный-товарный) составить ДНК, ToV, ВАК якоря, модель архитепирования.

Формат: Word. Объем – 2-3 листа А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

*Аналитический отчет. Тема 2. Медиаканалы. Медиабренды.*

### **Практикум по решению задач к теме №2**

Разработка стратегии медиакоммуникаций бренда Домнин, коммуникации бренда стр 226:

- Провести конкурентный анализ медиакоммуникаций бренда
- Составить коммуникативную медиакарту бренда
- Разработать коммуникативный код бренда
- Разработать маркетинговую коммуникационную кампанию бренда в медиаканалах

Формат отчета: Word. Объем – 2-3 листа А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена

### *Задания 1 типа*

Описание условий задачи

### **Задания 1 типа**

1. Что такое бренд? Медиабренд? Медиабрендинг?
2. Какие элементы входят в состав бренда? Медиабренда?
3. Какую роль играет медиабрендинг в современном мире?
4. Как медиабренд влияет на потребительское поведение?
5. Какие факторы влияют на успешность медиарендабренда?
6. Какие методы используются для продвижения бренда в медиаканалах?
7. Как выбрать подходящий медиаканал для продвижения бренда?
8. Какие медиаканалы наиболее эффективны для различных типов брендов?
9. Как определить целевую аудиторию бренда?
10. Как создать уникальный образ бренда?
11. Как бренд и медиабренд могут выделиться среди конкурентов?
12. Какие инструменты использовать для анализа эффективности медиабрендинга?
13. Как измерить успех бренда в медиаканалах?
14. Как изменить стратегию продвижения бренда в зависимости от результатов анализа?
15. Как учитывать обратную связь от потребителей при разработке стратегии продвижения медиабренда?
16. Как поддерживать лояльность к медиабренду?
17. Какие ошибки могут возникнуть при продвижении бренда в медиаканалах?
18. Как избежать негативной реакции аудитории на продвижение медиабренда?
19. Как интегрировать различные медиаканалы для максимальной эффективности?
20. Как адаптировать контент под разные медиаплатформы?
21. Как учесть культурные особенности разных стран при продвижении бренда?
22. Как учитывать текущие тенденции рынка при продвижении бренда в медиаканалах?
23. Как реагировать на кризисные ситуации, связанные с брендом?
24. Как планировать бюджет на продвижение бренда в медиаканалах?
25. Как оценить ROI (возврат инвестиций) от продвижения бренда в медиаканалах?

## **Задания 2 типа**

Описание условий задачи

1. В чем заключается сходство и различие между телевидением и радио как медиаканалами?
2. Как сравнить использование социальных сетей и блогов для продвижения бренда?
3. Какие преимущества и недостатки у печатных изданий и интернет-порталов в качестве медиаканалов?
4. Как сравниваются традиционные и цифровые медиаканалы по охвату аудитории?
5. В чем заключаются особенности использования телевидения и интернета для рекламного продвижения бренда?
6. Как сравнить эффективность использования прессы и наружной рекламы для продвижения бренда?
7. В чем состоит разница между использованием телевизионной рекламы и онлайн-видео для продвижения бренда?
8. Как сравнить влияние телевидения и социальных сетей на восприятие бренда потребителями?
9. В чем заключается сходство и различие между использованием контекстной рекламы и баннерной рекламы для продвижения бренда?
10. Как сравнить возможности радио и интернет-радио для продвижения бренда?
11. В чем заключаются отличия использования новостных сайтов и форумов для продвижения бренда?
12. Как сравнить использование рекламы в газетах и журналах для продвижения бренда?
13. В чем заключается сходство и различие между использованием мобильных приложений и электронной почты для продвижения бренда?
14. Как сравнить возможности социальных сетей и мессенджеров для продвижения бренда?
15. В чем заключается отличие использования тематических сайтов и блогов для продвижения бренда?
16. Как сравнить влияние телевидения и интернет-телевидения на восприятие бренда потребителями?
17. В чем заключаются особенности использования телевизионной рекламы и видеорекламы на YouTube для продвижения бренда?
18. Как сравнить использование прессы и социальных сетей для продвижения бренда?
19. В чем заключается сходство и различие между использованием телевидения и онлайн-видео для продвижения бренда?
20. Как сравнить использование социальных сетей и интернет-форумов для продвижения бренда?
21. В чем заключается разница между использованием радио и интернет-радио для продвижения бренда?
22. Как сравнить влияние телевидения и онлайн-телевидения на восприятие бренда потребителями?
23. В чем заключается отличие использования печатной рекламы и онлайн-баннеров для продвижения бренда?
24. Как сравнить возможности использования электронной почты и SMS-маркетинга для продвижения бренда?
25. В чем заключается различие между использованием контекстной рекламы и медийной рекламы для продвижения бренда?

## **Задания 3 типа**

Описание условий задачи

1. Разработайте план продвижения нового бренда мороженого через социальные сети.
2. Создайте маркетинговую кампанию для продвижения фильма в кинотеатрах и онлайн-сервисах.
3. Разработайте стратегию медиабрендинга для нового ресторана, который планирует открыться в центре города.
4. Проведите анализ популярности бренда спортивной одежды и предложите меры по увеличению его узнаваемости с использованием медиаканалов.
5. Разработайте PR-кампанию для продвижения нового образовательного проекта в Интернете.
6. Создайте рекламную кампанию для продвижения новой модели автомобиля в региональных медиа.
7. Проведите исследование влияния социальных сетей на восприятие бренда и предложите способы улучшения взаимодействия с аудиторией.
8. Разработайте план продвижения стартапа в сфере высоких технологий через блогосферу и RuTube.
9. Создайте проект по ребрендингу существующего продукта и предложите стратегию его продвижения в медиаканалах.
10. Проведите анализ медиапотребления и предложите новые каналы для продвижения бренда в конкретном сегменте рынка.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Язык цифровых медиатекстов

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Язык цифровых медиатекстов» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

Рабочая программа дисциплины «Язык цифровых медиатекстов» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 Медиакоммуникации, утвержденного приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 531.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в Блок 1 «Часть, формируемую участниками образовательных отношений».

## Цели изучения дисциплины:

Формирование у студентов глубокого понимания особенностей языка цифровых медиатекстов и развитие навыков создания, анализа и критической оценки контента в цифровой медиа-среде.

## Задачи изучения дисциплины:

- Изучить лингвистические особенности цифровых медиатекстов:
  - Раскрыть специфику языка в различных цифровых форматах (социальные сети, блоги, подкасты, онлайн-видео и т.д.).
  - Проанализировать влияние цифровой среды на структуру и содержание текста.
- Освоить принципы создания контента для цифровых платформ:
  - Научиться адаптировать материалы под особенности различных медиа-платформ.
  - Развить навыки написания текстов с учетом SEO и алгоритмов социальных сетей.
- Развить навыки мультимедийного сторителлинга:
  - Использовать сочетание текста, изображений, аудио и видео для создания интегрированного медиа-контента.
  - Изучить инструменты и технологии для создания интерактивных медиатекстов.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4	ПК-4.1. Организует реализацию и контроль за ходом создания текстов в сфере медиа и коммуникаций	ПК-4.1.1.1. принципы написания текстов в цифровых медиа	ПК-4.1.2.1. писать медиатексты для различных носителей	ПК-4.1.3.1. написания медиатекстов для цифровых носителей	Кейсы/ Ситуационный практикум
		ПК-4.2. Создает и редактирует тексты в каналах медиа и цифровых коммуникаций, учитывая особенности технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4.2.1.1. особенности работы и распространения информации через различные каналы цифровых медиа	ПК-4.2.2.1. работать с различными каналами цифровых медиа	ПК-4.2.3.1. составления и распространения различных медиапродуктов через различные цифровые каналы	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл	
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы						
Особенности языка и создание цифровых медиатекстов	4					4				28	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;	
Анализ, критическая оценка и этические аспекты цифровых медиатекстов	4					4				28	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;	
Всего в семестре, час	8 из 8					8				56 из 56	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8										
Итоговый контроль	Экзамен											
Итоговый экзамен (в академических часах)	36											
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108											

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Особенности языка и создание цифровых медиатекстов*

- Лингвистические особенности цифровых медиатекстов
  - Специфика языка в социальных сетях, блогах, подкастах и онлайн-видео.
  - Влияние цифровой среды на структуру и содержание текста.
  - Использование эмодзи, сокращений и неологизмов в цифровой коммуникации.
  - Мультимодальность и гипертекстуальность в цифровых медиатекстах.
  - Тенденции и тренды в развитии цифрового языка.
- Адаптация контента под различные цифровые платформы
  - Особенности форматирования и стилистики для социальных сетей (Instagram, Twitter, TikTok и др.).
  - Разработка контента для блогов и подкастов.
  - Оптимизация текстов с учетом SEO и алгоритмов поисковых систем.
  - Использование хэштегов, тегов и ключевых слов для увеличения охвата.
  - Интеграция интерактивных элементов (опросы, голосования, комментарии).

### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

- Сочетание текста, изображений, аудио и видео в медиаконтенте. - Инструменты и технологии создания интерактивных медиатекстов. - Практика разработки инфографики и визуального контента.

### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

### **Анализ, критическая оценка и этические аспекты цифровых медиатекстов**

- Понимание аудитории и ее взаимодействия с контентом
  - Поведение пользователей в цифровой среде и паттерны потребления информации.
  - Методы исследования и анализа целевой аудитории.
  - Персонализация контента и алгоритмические рекомендации.
  - Влияние социальных сетей на формирование общественного мнения.
  - Стратегии привлечения и удержания внимания аудитории.

2. Этические аспекты цифровой журналистики
  - Достоверность и проверка информации в условиях быстрого новостного цикла.
  - Борьба с фейковыми новостями и дезинформацией.
  - Конфиденциальность и защита персональных данных.
  - Этические дилеммы при использовании пользовательского контента.
  - Баланс между свободой слова и ответственностью перед обществом.

3. Правовые вопросы в цифровых медиатекстах
  - Авторское право и лицензирование контента в цифровой среде.
  - Правила цитирования и использования материалов из интернета.
  - Законодательство о СМИ и интернете: национальные и международные аспекты.
  - Регулирование онлайн-контента и роль государственных органов.
  - Последствия нарушения правовых норм для журналиста и издания.

**Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Роль журналиста в условиях информационного перенасыщения - Навигация в потоке информации и выделение главного. - Создание качественного контента в конкурентной среде. - Психологическое воздействие информационного шума на аудиторию. - Этическая ответственность за формирование информационной повестки.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”): учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02257-9. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85315.html>

**Дополнительная литература**

Решетникова Е.В. Языковые средства устных и электронных деловых коммуникаций: учебное пособие / Решетникова Е.В.. — Новосибирск: Сибирский государственный университет телекоммуникаций и информатики, 2023. — 114 с. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/138851.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <http://www.sostav.ru/>

**Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

**Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

**Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Язык цифровых медиатекстов» проводится в форме экзамена.

#### **Оценочные средства:**

Экзамен, ситуационный практикум.

#### **Процедура оценивания:**

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

#### **Суммарное количество баллов:**

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

#### **Кейсы/Ситуационный практикум. Особенности языка и создание цифровых медиатекстов**

Кейс: Анализ и создание цифрового контента для продвижения бренда

Задание 1: Анализ цифровых медиатекстов

Цель: Изучить особенности языка и структуры цифровых медиатекстов на примере социальных медиа, определить успешные стратегии коммуникации.

Описание задания:

1. Выберите два крупных бренда из разных сфер (например, технологический и модный бренд).
2. Проанализируйте их присутствие в социальных медиа (например, Instagram, Twitter, Facebook).
3. Обратите внимание на следующие аспекты:
  - Структура и оформление постов: Как они используют текст, изображения, видео?
  - Язык и стиль коммуникации: Какой тон они выбирают? Каким образом они взаимодействуют с аудиторией?
  - Регулярность и тематика публикаций: Как часто они публикуют контент и на какие темы?
4. Сформулируйте выводы о том, какие стратегии кажутся наиболее успешными и почему.

### ***Кейсы/Ситуационный практикум. Анализ, критическая оценка и этические аспекты цифровых медиатекстов***

Кейс: Анализ и создание цифрового контента для продвижения бренда

Задание 2: Создание медиаконтента

Цель: Применить знания о цифровых медиатекстах на практике, разработав медиаплан и создавая контент для продвижения выбранного бренда.

Описание задания:

1. Изберите один из брендов, проанализированных в первом задании, или придумайте собственный бренд.
2. Разработайте медиаплан на месяц для продвижения этого бренда в социальных медиа.
3. Создайте примерный набор контента (не менее 5 постов), включая тексты, изображения и / или видео.
4. Учтите особенности целевой аудитории, платформы и трендов в области цифровых медиа.
5. Подготовьте стратегию взаимодействия с пользователями, включая ответы на комментарии и вовлечение аудитории.

## **Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена**

### ***Задания 1 типа***

Описание условий задачи

1. Что такое цифровой медиатекст и какие его основные характеристики?
2. Каковы отличия цифровых медиатекстов от традиционных медиаформатов?
3. В чём заключается роль мультимедийного контента в цифровых медиатекстах?
4. Объясните понятие «виральность» контента и как её можно достичь?
5. Какие существуют виды цифровых медиатекстов?
6. Как язык цифровых медиатекстов адаптируется под разные платформы (например, Twitter vs. Instagram)?
7. Какие факторы влияют на восприятие визуального контента в цифровых медиатекстах?
8. Каковы основные принципы UX и UI дизайна при создании цифровых медиатекстов?
9. Что такое сторителлинг и как он применяется в цифровых медиатекстах?
10. Как социальные медиа влияют на формирование и распространение цифровых медиатекстов?
11. Чем отличаются стратегии взаимодействия с аудиторией в разных цифровых медиа?
12. Каковы особенности использования эмодзи в цифровых медиатекстах?
13. Объясните значение и использование хэштегов в цифровых медиатекстах.
14. Каковы подходы к созданию интерактивного контента в цифровых медиа?
15. Что такое персонализация контента и как она применяется в цифровых медиатекстах?
16. Какова важность SEO (поисковой оптимизации) в отношении текстового контента в цифровых медиа?
17. Объясните понятие user-generated content и его влияние на цифровые медиатексты.
18. Какие инструменты и технологии обычно используются для анализа эффективности цифровых медиатекстов?
19. Каковы принципы этики в создании и распространении цифровых медиатекстов?
20. Какие существуют методы защиты авторских прав в цифровых медиатекстах?
21. Как тренды в цифровых технологиях (например, VR, AR) влияют на эволюцию медиатекстов?
22. Каковы основные правила адаптации контента для мобильных устройств?
23. Объясните значение сторис (stories) в контексте цифровых медиатекстов.
24. Какие особенности настройки таргетинга в продвижении цифровых медиатекстов существуют?
25. Каковы актуальные тренды в области цифровых медиатекстов и их влияния на аудиторию?

### ***Задания 2 типа***

Описание условий задачи

1. Какова цель изучения дисциплины «Язык цифровых медиатекстов»?
2. Какие ключевые навыки необходимо развить в процессе изучения дисциплины?
3. Какие основные теоретические подходы используются в изучении цифровых медиатекстов?
4. Каковы отличительные черты цифровых медиатекстов по сравнению с традиционными медиа?
5. Как технологии влияют на развитие языка цифровых медиатекстов?
6. Как изменился язык медиатекстов с появлением социальных сетей?
7. Какие типы медиатекстов наиболее распространены в цифровой среде?
8. Как социальные медиа влияют на стандарты языка в цифровых медиатекстах?
9. Какие инструменты используются для создания цифровых медиатекстов?
10. Каковы основные критерии оценки качества цифровых медиатекстов?
11. Какова роль визуальных элементов в цифровых медиатекстах?
12. Какие этические вопросы возникают в связи с созданием и распространением цифровых медиатекстов?
13. Как изменились пользовательские ожидания в отношении медиатекстов в цифровую эпоху?
14. Какие методы используются для анализа эффективности цифровых медиатекстов?
15. Как за последние годы изменилась роль текста в графическом контексте?
16. Какой уровень взаимодействия должен быть у пользователей с медиа в цифровой среде?
17. Какова роль персонализации в создании цифровых медиатекстов?
18. Как определяется надежность информации в цифровых медиатекстах?
19. Каким образом авторский стиль проявляется в цифровых медиатекстах?
20. Как влияет культурный контекст на восприятие цифровых медиатекстов?
21. Как языковой барьер преодолевается в глобальной цифровой среде?
22. Какие подходы и методологии используются для обучения языку цифровых медиатекстов?
23. Как алгоритмы и искусственный интеллект изменяют язык цифровых медиатекстов?
24. Какие специфические жанры и форматы развиваются в цифровой медиа среде?
25. Какие возможности и вызовы внезапно возникли с переходом к цифровым медиатекстам?

### **Задания 3 типа**

Описание условий задачи

1. Подготовьте медиатекст для публикации в социальной сети на тему, актуальную для вашей аудитории.
2. Проанализируйте успешную диджитал-кампанию и определите ключевые элементы, которые привели к её виральности.
3. Создайте визуальный мем, учитывая особенности своей целевой аудитории.
4. Разработайте контент-план для продвижения бренда в Instagram с использованием различных форматов публикаций.
5. Напишите SEO-оптимизированный текст для блога по заданной теме.
6. Создайте мультимедийную презентацию, которая объяснит сложную концепцию простым и понятным языком.
7. Проанализируйте оформление и подачу контента в двух дигитальных платформах и опишите их отличия.
8. Составьте серию сторис (stories) для Instagram, которые эффективно расскажут историю бренда.
9. Разработайте интерактивный опрос, который можно использовать для вовлечения аудитории в социальных сетях.
10. Создайте инфографику по выбранной тематике, делая акцент на визуальном восприятии информации.
11. Проведите анализ конкурентов в социальных медиа и определите, какие элементы их медиатекстов можно адаптировать для вашего проекта.
12. Разработайте стратегию использования хэштегов для продвижения мероприятия в Twitter.
13. Подготовьте серию постов для Facebook, кроссплатформенно адаптировав их для Twitter и LinkedIn.
14. Создайте и проведите онлайн-опросы или викторины, используя интерактивные платформы, и оцените вовлечение пользователей.
15. Напишите сценарий для видеоролика, ориентированного на продвижение товара в YouTube.
16. Проведите тестирование удобства использования веб-страницы и разработайте предложения по улучшению UX/UI.
17. Проведите медиа-анализ выбранного текста, выделив его сильные и слабые стороны с точки зрения эффекта на аудиторию.
18. Разработайте контент стратегию для запуска нового продукта в интернете.
19. Создайте подкаст-эпизод на актуальную тему, включая все элементы подготовки: сценарий, запись, монтаж.
20. Составьте план ведения и продвижения личного бренда в социальных сетях.
21. Проанализируйте существующий digital-контент на соответствие критериям инклюзивности и предложите улучшения.
22. Создайте серию email-рассылок, учитывая различные этапы воронки продаж.
23. Разработайте визуальный стиль и формат подачи контента для нового бренда в социальных медиа.
24. Составьте список ключевых показателей эффективности (KPI) для оценки успеха цифровой кампании.
25. Создайте шаблон для контент-календаря с указанием типов контента и частоты публикаций для определенной платформы.



## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Постпродакшн (звук, цвет)

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Постпродакшн (звук, цвет)» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистров 42.04.05 "Медиакоммуникации", утвержденного приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017. Дисциплина «Постпродакшн (звук, цвет)» закладывает базу для формирования у обучающихся знаний, умений, навыков в сфере обработки видеоконтента и видеопроектов при постпродакшене.

Рабочая программа дисциплины входит в часть, формируемую участниками образовательных отношений Блока 1.

### Цели изучения дисциплины:

Формирование комплекса знаний

об организации периода postproduction производства аудиовизуального произведения и системного подхода к организации производственных процессов, составляющих комплекс postproduction работ.

### Задачи изучения дисциплины:

Определить значение postproduction работ в общем производственном цикле создания аудиовизуального произведения;

Изучить основные аспекты технологии postproduction работ;

Изучить методику планирования затрат и сроков postproduction работ;

Уметь анализировать каждый отдельный вид работ в рамках postproduction периода

производства: монтажа, обработки изображения, озвучания, компьютерной графики;

Изучить основные принципы взаимодействия с дистрибьютором в рамках postproduction

периода производства аудиовизуального произведения.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен применять в профессиональной деятельности комплекс современных технологических решений, технических средств, приемов и методов онлайн и офлайн коммуникаций	ПК-3	ПК-3.1. Формирует технические задания, ставит производственные задачи в области производства медиапродуктов	ПК-3.1.1.1. Правила формирования технических заданий на производство медийного продукта	ПК-3.1.2.1. Составлять технические задания на производство медийного продукта	ПК-3.1.3.1. создания технических заданий на производство медийного продукта	Практикум по решению задач
		ПК-3.2. Координирует и управляет деятельностью творческих работников, ИТ-специалистов, административный персонал и других специалистов, вовлеченных в процесс создания медиапроекта или медиапродукта	ПК-3.2.1.1. принципы формирования команд для производства медийного нарратива	ПК-3.2.2.1. организовывать и управлять командами для производства медийного продукта	ПК-3.2.3.1. работы в командах для производства медийного нарратива	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/Балл; Форма ПА/Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1 Общая характеристика postproduction как этапа производства	1		2							20	Практикум по решению задач / 20;

аудиовизуального продукта												
Тема 2 Обработка изображения в постпродакшн и компьютерная графика	1		2							15	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 3 Работы по озвучанию	1		2							15	Практикум по решению задач / 20;	
Тема 4 Планирование postproduction: сроки и бюджет postproduction работ.	1		2							10	Практикум по решению задач / 20;	
Всего в семестре, час	4 из 4		8							60 из 60	100 (ТКУ+ПА)	
			8 из 8									
Итоговый контроль	Зачет											
Общий объем дисциплины (в академических часах)	72 из 72											

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Тема 1 Общая характеристика postproduction как этапа производства аудиовизуального продукта*

Границы postproduction как периода производства, его место и значение в цикле производства кино- и телеконтента. Основные виды работ в postproduction, их взаимосвязь и распределение производственных процессов во времени. Специалисты, работающие на postproduction этапе производства.

Организация монтажа в съёмочном и postproduction периодах. Оборудование и специалисты, необходимые для осуществления монтажа. Виды монтажа как творческого процесса, основные монтажные приёмы. Правила организации работы с отснятым

материалом, основные технологические аспекты организации монтажа.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Монтажная как координационный центр postproduction работ.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

#### **Ссылки:**

<http://www.sostav.ru/>

### *Тема 2 Обработка изображения в постпродакшн и компьютерная графика*

Технология работ с отснятым материалом и изображением. Виды работ по обработке изображения, их функции и сроки. Цветокоррекция как основной этап творческой работы над изображением в postproduction период. Конвертация материала и основные основные форматы файлов, используемые в цикле лабораторных работ. Мастеринг как финальный этап производства аудиовизуального продукта.

Задачи и роль компьютерной графики в современном аудиовизуальном производстве. Работа с CG на этапе съёмочного периода. Виды работ по компьютерной графике. Основные различия технологий и подходов к решению задач с помощью CG. Специалисты, задействованные в создании компьютерной графики. Взаимодействие CG департамента с другими службами, участвующими в postproduction. Сроки задачам.

#### **Формы контроля:**

Практикум по решению задач

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Взаимодействие CG департамента с другими службами, участвующими в postproduction. Сроки производства компьютерной гра

задачам.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

**Ссылки:**

<http://www.sostav.ru/>

### **Тема 3 Работы по озвучанию**

Основные технологические аспекты работы со звуком в кино- и телепроизводстве. Драматургия звука в кино. Виды звука: речь, фолии, эмбиенсы, SFX. Музыка как один из основных инструментов эмоционального воздействия на зрителя. Студии, оборудование

и специалисты, участвующие в озвучании аудиовизуального произведения. Перезапись как финальный этап работ по озвучанию.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Переапись как финальный этап работ по озвучанию.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

**Ссылки:**

<http://www.advertology.ru/>

### **Тема 4 Планирование postproduction: сроки и бюджет postproduction работ.**

Способы и технология оценки объёма postproduction работ. Создание плана postproduction периода производства аудиовизуального продукта. Подходы к организации postproduction работ: последовательные и параллельные процессы. Взаимосвязь сроков и стоимости postproduction работ. Создание бюджета postproduction периода производства аудиовизуального продукта. Виды взаимодействия продюсерской кинокомпании и дистрибьютора на этапе postproduction.

Производство рекламных и маркетинговых материалов для компании по продвижению видео. Разделение ответственности за маркетинговую и рекламную компании между дистрибьютором и кинокомпанией.

**Формы контроля:**

Практикум по решению задач

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Разделение ответственности за маркетинговую и рекламную компании между дистрибьютором и кинокомпанией.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму по решению задач, подготовка отчета по практикуму

**Ссылки:**

<http://www.advertology.ru/>

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

**Основная литература**

Зими́на, Л. О. Разработка рекламного продукта. Копирайтинг : учебное пособие / Л. О. Зими́на. — Новосибирск : Издательство СибАГС, 2019. — 170 с. — ISBN 978-5-8036-0966-7. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/151003.html>

### *Дополнительная литература*

1. Кузнецов П.А. Копирайтинг & спичрайтинг. Эффективные рекламные и PR-технологии / Кузнецов П.А.. — Москва : Дашков и К, 2024. — 130 с. — ISBN 978-5-394-05824-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/144192.html>

2. Гук А.А. История любительского кинофото- и видеотворчества : учебное пособие по направлению 071500 «Народная художественная культура» (бакалавриат), профильный модуль № 5 «Руководство студией кино-, фото-, видеотворчества» / Гук А.А.. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2012. — 88 с. — ISBN 978-5-8154-0234-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/21986.html>

### *Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"*

1. Портал о ТВ, кино и радио. <https://tvkinoradio.ru>
2. АО "Невафильм". [www.nevafilm.ru](http://www.nevafilm.ru)
3. Ассоциация коммуникационных агентств России <http://www.akarussia.ru/>
4. <https://adindex.ru/catalogue/companies/121805.phtml> - официальный сайт продюсерского центра «Останкино»

### *Материально-техническая база*

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### *Лицензионное программное обеспечение*

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### *Свободно распространяемое программное обеспечение*

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### *Электронно-библиотечная система*

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### *Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:*

Текущий контроль осуществляется в виде проверки практикумов по решению задач

### *Оценочные средства:*

Практикум по решению задач,зачет.

### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Зачет

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-5 баллов

Задание 2: 0-5 баллов

Задание 3: 0-10 баллов

Отчет по практикуму

10-20 – практикум выполнен верно в срок, представлен грамотный отчет.

9-6 практикум выполнен верно в срок, представлен неполный отчет, имеются ошибки, не влияющие на логику и алгоритм выполнения задания.

1-5 практикум выполнен в срок и содержит концептуальные ошибки.

0 - практикум не выполнен.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### ***Практикум по решению задач. Тема 1 Общая характеристика postproduction как этапа производства аудиовизуального продукта***

Задача 1

Составление схемы по видам post production работ и соотнесение их взаимосвязи с работами

в съёмочном и подготовительном периодах производства

Создание монтажного проекта в одной из основных монтажных программ (FinalCut, Avid)

### ***Практикум по решению задач. Тема 2 Обработка изображения в постпродакшн и компьютерная графика***

Задача 2

Анализ цветового решения конкретного проекта с применением типовых цветовых схем и решений

Анализ видов работ по компьютерной графике на примере конкретного проекта

### ***Практикум по решению задач. Тема 3 Работы по озвучанию***

Задача 3 Анализ звукового решения фильма на примере конкретного проекта

### ***Практикум по решению задач. Тема 4 Планирование postproduction: сроки и бюджет postproduction работ.***

Задача 4 Создание плана дистрибуции проекта на всех возможных площадках

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### ***Задания 1 типа***

1 Основные виды работ в post production, их взаимосвязь и распределение производственных процессов во времени.

2 Специалисты, работающие на post production.

- 3 Виды монтажа как творческого процесса, основные монтажные приёмы.
- 4 Правила организации работы с отснятым материалом, основные технологические аспекты организации монтажа.
- 5 Виды работ по обработке изображения, их функции и сроки.
- 6 Конвертация материала и основные форматы файлов, используемые в цикле лабораторных работ.
- 7 Мастеринг.
- 8 Основные технологические аспекты работы со звуком в кино- и телепроизводстве.
- 9 Студии, оборудование и специалисты, участвующие в озвучании аудиовизуального произведения.
- 10 Виды работ по компьютерной графике.
- 11 Работа с CG на этапе съёмочного периода.
- 12 Специалисты, задействованные в создании компьютерной графики.
- 13 Подходы к организации post production работ: последовательные и параллельные postproduction процессы.
- 14 Бюджет post production.
- 15 Взаимодействие продюсерской кинокомпании и дистрибьютора на этапе postproduction
- 16 Производство рекламных и маркетинговых материалов для компании по продвижению фильма.
- 17 Разделение ответственности за маркетинговую и рекламную кампании между дистрибьютором и кинокомпанией.
- 18 Приемка дистрибьюром фильма к прокату.
- 19 Основные форматы и технологии, используемые в современном кинотеатральном прокате.
- 20 Производство 3D-контента. IMAX.
- 21 Новые рынки сбыта аудиовизуального контента и требования к исходным материалам.
- 22 Роль продюсера в создании клипов, фэшн фильмов и креативного видео: бюджетирование, планирование, организация
- 23 Маркетинг и реклама клипов, фэшн фильмов и креативного видео: продвижение, использование социальных сетей, трейлеры и афиши
- 24 Использование новых технологий в создании клипов, фэшн фильмов и креативного видео: VR, AR, интерактивные форматы
- 25 Исследование и анализ целевой аудитории для клипов, фэшн фильмов и креативного видео: понимание вкусов, предпочтений и интересов

### ***Задания 2 типа***

- 1 Процесс создания клипов, фэшн фильмов и креативного видео: от идеи до готового продукта
- 2 Разработка и управление сценарием для клипов, фэшн фильмов и креативного видео
- 3 Роль режиссера в создании клипов, фэшн фильмов и креативного видео: визуальный стиль, навыки режиссера
- 4 Техническое оснащение для съемки клипов, фэшн фильмов и креативного видео: камера, свет, звук, специальные эффекты
- 5 Монтаж и постпроизводство клипов, фэшн фильмов и креативного видео: создание атмосферы, визуальных эффектов, звуковой дорожки
- 6 Что такое форматы нового времени в продюсировании?
- 7 Какие технологические сдвиги влияют на форматы развлечений в современной индустрии?
- 8 Как стриминг влияет на процесс производства и потребление контента?
- 9 В чем заключается популярность подкастов в современной медиа?
- 10 Как можно монетизировать подкасты?
- 11 Что такое виртуальная реальность (VR) и какие возможности она предоставляет для продюсирования контента?
- 12 Этика и профессиональные стандарты в кинопроизводстве
- 13 Кейсы успешных кинопроектов: анализ фильмов и сериалов, которые завоевали популярность и признание
- 14 Международные сотрудничество и копродукции в киноиндустрии
- 15 Управление рисками и кризисами в процессе создания кино и сериалов

- 16 Бизнес-аспекты в киноиндустрии: инвестиции, финансирование, дистрибуция
- 17 Каким образом мультимедийные проекты повышают воздействие на целевую аудиторию?
- 18 Какие данные и метрики используются для измерения успеха форматов нового времени?
- 19 Как форматы нового времени меняют понятие о прибыли и бизнес-моделях в развлечениях?
- 20 Какие факторы необходимо учитывать при выборе формата развлечений для продюсирования?
- 21 Какие риски и вызовы стоят перед продюсерами форматов нового времени?
- 22 Как можно прогнозировать и адаптироваться к изменениям в форматах нового времени?
- 23 Какие специалисты и навыки требуются для эффективного продюсирования форматов нового времени?
- 24 Какие тенденции и инновации можно ожидать в будущем для форматов нового времени в продюсировании?
- 25 Как влияют интерактивные шоу на аудиторию и участников?

### ***Задания 3 типа***

Творческое задание на тему: Составление схемы по видам post production работ и соотнесение их взаимосвязи с работами в съёмочном и подготовительном периодах производства.

Творческое задание на тему: Создание монтажного проекта в одной из основных монтажных программ (FinalCut, Avid).

Творческое задание: Анализ цветового решения конкретного проекта с применением типовых цветовых схем и решений.

Творческое задание: Анализ звукового решения фильма на примере конкретного проекта.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Медиа и нейросети

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Медиа и нейросети» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистров 42.04.05 "Медиакоммуникации", утвержденного приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в Блок «Факультативные дисциплины».

## Цели изучения дисциплины:

Сформировать у студентов глубокое понимание принципов работы нейронных сетей и их влияния на современную медиainдустрию, а также развить навыки критического анализа и применения нейросетевых технологий в журналистской практике.

## Задачи изучения дисциплины:

Задачи дисциплины:

1. Изучить основы нейронных сетей и искусственного интеллекта, включая их историю, типы и принципы функционирования.

2. Ознакомить с современными приложениями нейросетей в медиа, такими как генерация контента, обработка естественного языка, анализ данных и персонализация новостей.

3. Развить навыки критической оценки и этического использования нейросетевых технологий, учитывая вопросы достоверности, предвзятости и приватности.

4. Научить применять нейросетевые инструменты в журналистской деятельности, включая практическую работу с программами и платформами на основе ИИ.

5. Исследовать влияние нейросетей на профессии журналиста и медиаэкосистему, обсуждая трансформацию ролей и появление новых возможностей.

6. Стимулировать творческое использование нейросетей в создании медиапродуктов, поощряя инновации и экспериментальные подходы.

7. Обсудить правовые и этические аспекты внедрения ИИ в медиа, включая вопросы авторского права, ответственности и регулирования.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и ин-формационно-коммуникационные технологии	ОПК-6	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	ОПК-6.1.1.1. тренды и тенденции развития технического оборудования	ОПК-6.1.2.1. применять современное техническое оборудование в производстве медийных продуктов	ОПК-6.1.3.1. применения современного технического оборудования в производстве медийных продуктов	Кейсы/ Ситуационный практикум

		ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связи с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	ОПК-6.2.1.1. методы интеграции современных технических инструментов в медиакоммуникации	ОПК-6.2.2.1. применять современные технические инструменты в медиакоммуникации	ОПК-6.2.3.1. использования современных технических инструментов в медиакоммуникации	
--	--	---	---	--	---	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Принципы работы нейронных сетей и их влияние на современную медиаиндустрию	2					2				14	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Применение нейросетевых технологий в журналистской практике	2					2				14	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Всего в семестре, час	4 из 4					4				28 из 28	100 (ТКУ+ПА)
		4 из 4									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	36 из 36										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Принципы работы нейронных сетей и их влияние на современную медиаиндустрию*

##### 1. Введение в искусственный интеллект и нейронные сети

- История развития искусственного интеллекта и нейронных сетей
- Ключевые понятия: искусственный интеллект, машинное обучение, глубокое обучение
- Роль нейронных сетей в современной технологической среде

##### 2. Типы нейронных сетей и их особенности

- Прямые нейронные сети (Feedforward Neural Networks)
- Свёрточные нейронные сети (Convolutional Neural Networks)
- Рекуррентные нейронные сети (Recurrent Neural Networks)
- Генеративно-сопоставительные сети (Generative Adversarial Networks)
- Особенности применения разных типов нейросетей в медиа

##### 3. Принципы функционирования нейронных сетей

- Структура и архитектура нейронных сетей
- Процесс обучения: методы и алгоритмы (градиентный спуск, обратное распространение ошибки)
- Переобучение, регуляризация и оценка качества моделей
- Обработка и подготовка данных для обучения нейросетей

##### 4. Применение нейронных сетей в анализе данных

- Обработка больших данных (Big Data) в медиа
- Анализ пользовательского поведения и персонализация контента
- Прогнозирование трендов и предпочтений аудитории
- Распознавание образов и речи в медиаприложениях

#### 5. Влияние нейронных сетей на трансформацию медиаиндустрии

- Изменение моделей производства и потребления контента
- Роль алгоритмов рекомендаций в распространении информации
- Конвергенция медиа и технологий: новые форматы и платформы
- Конкуренция между традиционными СМИ и технологическими компаниями

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Перспективы развития нейросетей в медиа - Новейшие достижения в области искусственного интеллекта и их потенциальное применение - Возможности и риски для журналистики и общества - Влияние нейросетей на будущее профессии журналиста - Этические и социальные вопросы, связанные с развитием технологий

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

#### **Применение нейросетевых технологий в журналистской практике**

##### 1. Автоматизация создания и распространения контента

- Генерация текстов с помощью нейросетей (Language Models, GPT и др.)
- Создание визуального контента: нейросети в дизайне и графике
- Автоматизированные системы транскрибации и перевода
- Использование чат-ботов и виртуальных ассистентов в СМИ

##### 2. Обработка естественного языка и анализ информации

- Технологии обработки естественного языка (NLP) в журналистике
- Анализ тональности и эмоциональной окраски текста
- Распознавание ключевых тем и сущностей в новостных потоках
- Борьба с информационным шумом и дезинформацией

##### 3. Этические аспекты использования нейросетей в медиа

- Проблема достоверности генерируемого контента
- Предвзятость алгоритмов и ее влияние на аудиторию
- Приватность и защита персональных данных пользователей
- Ответственность журналиста при использовании ИИ

##### 4. Правовые вопросы и регулирование искусственного интеллекта

- Авторские права на контент, созданный нейросетями
- Правовое регулирование использования ИИ в разных странах
- Регулирование фейковых новостей и дезинформации
- Рекомендации и стандарты для журналистов по использованию ИИ

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Творческое применение нейросетей в медиапроектах - Кейсы успешного использования ИИ в медиапроектах - Разработка инновационных форматов и интерактивного контента - Сотрудничество между журналистами и специалистами

по данным - Стратегии адаптации к технологическим изменениям в профессии

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### *Основная литература*

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под редакцией А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89369.html>

### *Дополнительная литература*

Куличкин, А. П. Теория и практика массовой информации (региональный контекст) : учебное пособие / А. П. Куличкин. — Пермь : Пермский национальный исследовательский политехнический университет, 2016. — 230 с. — ISBN 978-5-398-01636-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/105633.html>

### *Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"*

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <http://www.sostav.ru/>

### *Материально-техническая база*

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### *Лицензионное программное обеспечение*

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y

3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### *Свободно распространяемое программное обеспечение*

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)

2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)

4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### *Электронно-библиотечная система*

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)

2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)

3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)

4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

## Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Медиа и нейросети» проводится в форме зачета.

### **Оценочные средства:**

Зачет, ситуационный практикум.

### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

### **Суммарное количество баллов:**

-**50 и более (зачтено)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

-**Менее 50 (незачтено)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### **Кейсы/Ситуационный практикум. Принципы работы нейронных сетей и их влияние на современную медиаиндустрию**

Кейс: «Разработка медийного контента с использованием нейросетевых технологий»

Контекст:

С развитием нейросетей и ИИ технологии начинают всё активнее использоваться в медиаиндустрии. Одной из ключевых задач становится использование нейросетевых алгоритмов для создания и оптимизации контента, автоматизации процессов и повышения качества медийных продуктов. В данном кейсе студенты будут исследовать и применять инструменты ИИ для создания оригинального медийного контента.

### Задание 1: Анализ возможностей нейросетей для работы с медийным контентом

Описание:

Студенты должны выбрать одну из современных нейросетей (например, GPT, DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion или аналогичную) и проанализировать её возможности в контексте создания и автоматизации медийного контента.

Этапы выполнения:

1. Теоретическая часть:

- Описание выбранной нейросети, её архитектуры и возможностей.
- Анализ применения нейросети в медиа: каким образом она может использоваться для создания текстов, изображений, видео или других форм контента.
- Примеры успешных кейсов из индустрии медиа, где эта нейросеть использовалась (с ссылками на реальный опыт или исследования).

2. Практическая часть:

- Провести эксперимент по генерации контента с использованием выбранной нейросети. Например, создать серию изображений, видео, текста или другой медийный контент.
- Оценить полученные результаты: качество контента, его применимость для различных медийных платформ (например, социальные сети, блоги, новости и т.д.).
- Проанализировать ограничения технологии (например, ошибки генерации, отсутствие креативности или наличие стереотипов).

Ожидаемый результат:

Отчет, включающий описание выбранной технологии, примеры созданного контента, анализ возможностей и ограничений использования нейросетей для создания медийного контента.

### ### Задание 2: Создание мультимедийной рекламной кампании с использованием нейросетей

Описание:

Необходимо разработать и реализовать небольшую мультимедийную рекламную кампанию для вымышленного продукта (например, стартапа, онлайн-курса или приложения) с использованием нейросетей. Важно продемонстрировать, как ИИ может интегрироваться в процесс создания и распространения рекламного контента.

Этапы выполнения:

#### 1. Создание контента:

- Сгенерировать креативный текст для рекламы с помощью GPT-нейросети (или аналогичной) для использования в социальных сетях и на сайте.
- Создать визуальный контент для кампании (изображения или короткие видеоролики) с использованием генеративной нейросети для визуализации (например, DALL-E, Stable Diffusion).
- Использовать инструменты ИИ для аудиовизуальных элементов рекламы (например, сгенерировать закадровый голос или музыкальное сопровождение).

#### 2. Планирование и публикация:

- Разработать медиа-план кампании: какие платформы будут использоваться для продвижения, как будет распределяться контент (например, посты в Instagram, баннеры на сайтах, видеоролики в TikTok и т.д.).
- Проанализировать, как использование нейросетей может помочь автоматизировать и оптимизировать процесс распространения (например, с помощью систем автоматического анализа аудитории).

#### 3. Оценка результатов:

- Провести тестирование созданного контента на целевой аудитории (например, через опрос или размещение рекламы в реальных условиях).
- Оценить результаты кампании: количество взаимодействий с контентом, реакции пользователей, потенциальные улучшения.

Ожидаемый результат:

Презентация с результатами работы, включающая созданные материалы (рекламные тексты, изображения, видео), медиа-план, а также анализ эффективности использования нейросетей в кампании.

### ### Оценка кейса:

Оценка будет включать:

1. Качество проведенного анализа в задании 1, оригинальность экспериментов и глубину понимания технологий.
2. Уровень креативности и реализации кампании в задании 2, а также обоснованность выбора медийных каналов и инструментов для продвижения.
3. Способность критически оценивать результаты, выявлять ограничения нейросетей и предлагать решения для их преодоления.

Этот кейс направлен на то, чтобы студенты не только теоретически изучили возможности нейросетей, но и получили практический опыт их использования в медиаиндустрии.

### ***Кейсы/Ситуационный практикум. Применение нейросетевых технологий в журналистской практике***

Кейс: «Разработка медийного контента с использованием нейросетевых технологий»

Контекст:

С развитием нейросетей и ИИ технологии начинают всё активнее использоваться в медиаиндустрии. Одной из ключевых задач становится использование нейросетевых алгоритмов для создания и оптимизации контента, автоматизации процессов и повышения качества медийных продуктов. В данном кейсе студенты будут исследовать и применять инструменты ИИ для создания оригинального медийного контента.

### ### Задание 1: Анализ возможностей нейросетей для работы с медийным контентом

Описание:

Студенты должны выбрать одну из современных нейросетей (например, GPT, DALL-E, Midjourney, Stable Diffusion или аналогичную) и проанализировать её возможности в контексте создания и автоматизации медийного контента.

Этапы выполнения:

## 1. Теоретическая часть:

- Описание выбранной нейросети, её архитектуры и возможностей.
  - Анализ применения нейросети в медиа: каким образом она может использоваться для создания текстов, изображений, видео или других форм контента.
  - Примеры успешных кейсов из индустрии медиа, где эта нейросеть использовалась (с ссылками на реальный опыт или исследования).

## 2. Практическая часть:

- Провести эксперимент по генерации контента с использованием выбранной нейросети. Например, создать серию изображений, видео, текста или другой медийный контент.
  - Оценить полученные результаты: качество контента, его применимость для различных медийных платформ (например, социальные сети, блоги, новости и т.д.).
  - Проанализировать ограничения технологии (например, ошибки генерации, отсутствие креативности или наличие стереотипов).

### Ожидаемый результат:

Отчет, включающий описание выбранной технологии, примеры созданного контента, анализ возможностей и ограничений использования нейросетей для создания медийного контента.

### ### Задание 2: Создание мультимедийной рекламной кампании с использованием нейросетей

#### Описание:

Необходимо разработать и реализовать небольшую мультимедийную рекламную кампанию для вымышленного продукта (например, стартапа, онлайн-курса или приложения) с использованием нейросетей. Важно продемонстрировать, как ИИ может интегрироваться в процесс создания и распространения рекламного контента.

#### Этапы выполнения:

##### 1. Создание контента:

- Сгенерировать креативный текст для рекламы с помощью GPT-нейросети (или аналогичной) для использования в социальных сетях и на сайте.
  - Создать визуальный контент для кампании (изображения или короткие видеоролики) с использованием генеративной нейросети для визуализации (например, DALL-E, Stable Diffusion).
  - Использовать инструменты ИИ для аудиовизуальных элементов рекламы (например, сгенерировать закадровый голос или музыкальное сопровождение).

##### 2. Планирование и публикация:

- Разработать медиа-план кампании: какие платформы будут использоваться для продвижения, как будет распределяться контент (например, посты в Instagram, баннеры на сайтах, видеоролики в TikTok и т.д.).
  - Проанализировать, как использование нейросетей может помочь автоматизировать и оптимизировать процесс распространения (например, с помощью систем автоматического анализа аудитории).

##### 3. Оценка результатов:

- Провести тестирование созданного контента на целевой аудитории (например, через опрос или размещение рекламы в реальных условиях).
  - Оценить результаты кампании: количество взаимодействий с контентом, реакции пользователей, потенциальные улучшения.

### Ожидаемый результат:

Презентация с результатами работы, включающая созданные материалы (рекламные тексты, изображения, видео), медиа-план, а также анализ эффективности использования нейросетей в кампании.

### ### Оценка кейса:

#### Оценка будет включать:

1. Качество проведенного анализа в задании 1, оригинальность экспериментов и глубину понимания технологий.
2. Уровень креативности и реализации кампании в задании 2, а также обоснованность выбора медийных каналов и инструментов для продвижения.
3. Способность критически оценивать результаты, выявлять ограничения нейросетей и предлагать решения для их преодоления.

Этот кейс направлен на то, чтобы студенты не только теоретически изучили возможности нейросетей, но и получили практический опыт их использования в медиаиндустрии.

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### **Задания 1 типа**

1. Что такое нейронная сеть и как она работает?
2. Каковы основные типы нейронных сетей?
3. Что такое глубокое обучение и как оно связано с медиатехнологиями?
4. Какие алгоритмы обучения нейронных сетей наиболее популярны?
5. Как медиакомпании применяют нейросети для анализа текстов?
6. Что понимается под понятием «обучение с подкреплением» и где оно применяется в медиа?
7. Как нейросети используются в передаче и обработке изображений?
8. Какие инструменты и платформы для работы с нейросетями вы знаете?
9. В чем разница между нейросетью и алгоритмом машинного обучения?
10. Как алгоритмы глубокого обучения помогают в создании рекомендательных систем?
11. Каковы основные приложения нейросетей в создании контента?
12. Какие проблемы возникают при использовании нейросетей в медиаиндустрии?
13. Что такое сверточная нейронная сеть и как она используется в медиапроектах?
14. Как нейросети используются в обработке аудиосигналов?
15. Какие преимущества предоставляют нейросети в сегментации рынка для медиа?
16. В чем заключаются этические проблемы использования нейросетей в медиа?
17. Как методы обработки естественного языка (NLP) применяются в журналистике?
18. Какие существуют методы для тестирования и валидации нейросетей в медиа?
19. Что понимается под понятием «обратное распространение ошибки»?
20. Как медиакомпании используют нейросети для оптимизации размещения рекламы?
21. Какие факторы влияют на точность работы нейронной сети в медиа?
22. Как прогнозные модели, построенные с использованием нейросетей, помогают в управлении медиаконтентом?
23. Что такое рекуррентные нейронные сети и для чего они применяются в медиа?
24. Как нейросети способствуют улучшению пользовательского опыта в онлайн платформах?
25. Какие методы визуализации данных применяются при работе с нейросетями в медиа?

### **Задания 2 типа**

1. Какую роль играют нейросети в современном медиабизнесе?
2. Какие преимущества и недостатки использования нейросетей для автоматической генерации новостей?
3. Как можно оценить качество сгенерированных нейросетями текстов?
4. Какие данные необходимы для обучения нейросети на задачу генерации новостных текстов?
5. Какие существующие нейросетевые модели можно использовать для генерации медиаконтента? Почему?
6. Какие ключевые метрики важны для оценки успеха автоматической генерации новостей?
7. Как избежать плагиата или дублирования контента при использовании нейросетей?
8. Какова роль редактора в случае использования нейросетей для написания новостных текстов?
9. Как можно предотвратить распространение фейковых новостей, генерируемых нейросетями?
10. Как учитывать культурные и языковые особенности в процессе генерации новостей для разных аудиторий?
11. Как нейросети могут анализировать и учитывать текущие тренды и события в мире при генерации новостей?
12. Каким образом персонализация контента может улучшить пользовательский опыт на новостных платформах?
13. Какие данные можно собирать о пользователях для разработки модели персонализированных рекомендаций?
14. Какие алгоритмы или модели можно использовать для анализа пользовательского поведения?
15. Как можно оценить релевантность предложенных персонализированных рекомендаций?
16. Как защищать конфиденциальные данные пользователей при анализе их поведения?
17. Какое влияние может оказать персонализированный контент на восприятие новостей пользователями?
18. Как использовать нейросети для сегментации аудитории новостного портала?
19. Какие ключевые факторы влияют на то, какой контент интересен пользователю?
20. Как можно настроить систему рекомендаций, чтобы она избегала "информационного пузыря"?
21. Какие вызовы могут возникнуть при интеграции нейросетей в медиа-компанию?
22. Какой этический аспект важен при использовании нейросетей для медиа-контента?
23. Какую ответственность несет компания за контент, созданный нейросетями?
24. Какие могут быть правовые последствия использования искусственного интеллекта в создании новостей?
25. Как компании могут подготовить своих сотрудников к работе с нейросетями в медиапроектах?

### **Задания 3 типа**

1. Как настроить нейросеть для генерации текстов на основе заданного набора данных?
2. Какие инструменты и библиотеки можно использовать для работы с нейросетями в медиапроектах?

3. Как подготовить и преобразовать данные для обучения нейросети, работающей с текстом?
4. Какие методы визуализации данных можно использовать для понимания пользовательского поведения на медиа портале?
5. Как обучить модель для анализа тональности текста в социальных медиа?
6. Как можно интегрировать нейросетевые решения в существующую медиа-платформу?
7. Как запустить A/B тестирование, чтобы оценить влияние персонализированных рекомендаций на вовлеченность пользователей?
8. Какие шаги предпринять для обеспечения безопасности и конфиденциальности данных при анализе поведения пользователей?
9. Как выбрать датасет для тренировки модели, генерирующей новостной контент?
10. Как можно использовать технологии обработки естественного языка (NLP) в создании медиаконтента?
11. Как настроить и протестировать нейросеть, способную распознавать объекты на изображениях для новостных репортажей?
12. Как обучить модель для автоматического создания заголовков новостей?
13. Какие способы тестирования и валидации модели можно применить, чтобы убедиться в ее точности и надежности?
14. Как комбинировать разные типы данных (текст, изображения, видео) для создания мультимедийного контента на основе нейросетей?
15. Как анализировать и устранять ошибки в модели генерации контента?
16. Как можно использовать нейросети для автоматической модерации комментариев под новостными статьями?
17. Как создать систему рекомендаций с использованием моделей машинного обучения для персонализации контента?
18. Какие вещи следует учитывать при запуске нейросетевой модели в продакшн среду?
19. Как обеспечить интерпретируемость результатов модели для медиааналитиков и редакторов?
20. Как можно использовать нейросети для анализа видеоконтента, например, для выработки основных моментов?
21. Как проводить мониторинг и обновление модели, работающей в динамично изменяющейся медиа среде?
22. Какие подходы можно использовать для снижения вычислительных затрат при обучении и запуске моделей?
23. Как создавать датасеты для тренировки моделей при недостатке открытых данных?
24. Какие меры использовать для предотвращения обучения моделей на предвзятых данных?
25. Как оценить влияние внедрения нейросетевых технологий на бизнес-процессы и прибыль медиа-компаний?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Социальные сети и персональные гаджеты в системе новых медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Социальные сети и персональные гаджеты в системе новых медиа» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистров 42.04.05 "Медиакоммуникации", утвержденного приказом Минобрнауки России № 531 от 08.06.2017.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в Блок «Факультативные дисциплины».

## Цели изучения дисциплины:

Предоставить студентам глубокое понимание роли социальных сетей и персональных гаджетов в системе новых медиа, а также сформировать практические навыки эффективного использования этих инструментов в профессиональной деятельности.

## Задачи изучения дисциплины:

1. Изучить эволюцию и современные тенденции развития социальных сетей и персональных гаджетов в контексте новых медиа и их влияние на журналистику.
2. Анализировать влияние социальных сетей и гаджетов на процессы создания, распространения и потребления медиаконтента, включая изменения в аудитории и ее поведении.
3. Освоить практические навыки использования социальных платформ и гаджетов для сбора информации, взаимодействия с аудиторией и продвижения журналистских материалов.
4. Исследовать этические и правовые аспекты использования социальных сетей и персональных устройств в журналистской практике, включая вопросы приватности, авторского права и достоверности информации.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и ин-формационно-коммуникационные технологии	ОПК-6	ОПК-6.1. Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности	ОПК-6.1.1.1. тренды и тенденции развития технического оборудования	ОПК-6.1.2.1. применять современное техническое оборудование в производстве медийных продуктов	ОПК-6.1.3.1. применения современного технического оборудования в производстве медийных продуктов	Кейсы/ Ситуационный практикум
		ОПК-6.2. Отбирает и внедряет в профессиональную деятельность современные технологии рекламы и связей с общественностью, цифровые инструменты, технические средства и программное обеспечение	ОПК-6.2.1.1. методы интеграции современных технических инструментов в медиакоммуникации	ОПК-6.2.2.1. применять современные технические инструменты в медиакоммуникации	ОПК-6.2.3.1. использования современных технических инструментов в медиакоммуникации	

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Социальные сети в контексте новых медиа	2					2				14	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Персональные гаджеты как инструменты современной журналистики	2					2				14	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Всего в семестре, час	4 из 4					4				28 из 28	100 (ТКУ+ПА)
		4 из 4									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	36 из 36										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Социальные сети в контексте новых медиа*

1. Эволюция социальных сетей и их влияние на журналистику
  - История развития социальных сетей и их интеграция в медиа.
  - Трансформация журналистики под влиянием социальных платформ.
  - Роль UGC (User Generated Content) в современных медиа.
  - Появление новых форматов журналистики (лайв-блоги, сторис и т.д.).
  - Социальные сети как площадка для медиаэкспериментов.
2. Создание и распространение контента в социальных сетях
  - Алгоритмы социальных сетей и их влияние на видимость контента.
  - Стратегии создания вирусного контента.
  - Мультимедийные форматы: видео, подкасты, инфографика.
  - Планирование и организация редакционной деятельности в соцсетях.
  - Инструменты для автоматизации публикаций и анализа эффективности.

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Взаимодействие с аудиторией и особенности потребления контента

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

#### **Персональные гаджеты как инструменты современной журналистики**

1. Развитие персональных гаджетов и их влияние на медиа
  - История появления и эволюция смартфонов, планшетов, носимых устройств.
  - Конвергенция технологий и мобильная журналистика.
  - Влияние гаджетов на скорость и форму подачи новостей.
  - Социальные последствия распространения персональных устройств.
  - Гаджеты и доступ к информации в режиме реального времени.

2. Практические навыки использования гаджетов для сбора информации
  - Мобильная съемка: техники и приложения для фото и видео.
  - Аудиозапись и подкастинг с использованием мобильных устройств.
  - Инструменты для заметок и организации информации.
  - Использование AR и VR в журналистских материалах.
  - Безопасность данных и защита информации на гаджетах.
3. Взаимодействие с аудиторией через персональные гаджеты
  - Push-уведомления и их эффективность в распространении новостей.
  - Мобильные приложения СМИ: дизайн и функциональность.
  - Чат-боты и мессенджеры как каналы коммуникации.
  - Персонализация контента и рекомендации для пользователей.
  - Социальные приложения и геолокационные сервисы.

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Сбор данных и согласие пользователя. - Журналистское расследование с помощью скрытых устройств. - Правовые ограничения на съемку и запись в публичных местах. - Этика использования дронов и других дистанционных устройств. - Влияние гаджетов на приватность и общественную безопасность.

#### **Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

1. Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под редакцией А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89369.html>
2. Шарков, Ф. И. Медиаполитика и общественное мнение в медиапространстве : учебное пособие / Ф. И. Шарков, В. Н. Бузин, И. Шубрт ; под редакцией Ф. И. Шаркова. — Москва : Дашков и К, 2023. — 211 с. — ISBN 978-5-394-04771-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/136482.html>

#### **Дополнительная литература**

Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник для магистров и аспирантов высших учебных заведений / С. Л. Балова, И. В. Грошев, Ю. А. Давыдова [и др.] ; под редакцией Н. Д. Эриашвили, И. В. Грошева. — 2-е изд. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2023. — 391 с. — ISBN 978-5-238-03060-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/141632.html>

#### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <https://www.adme.ru/>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Социальные сети и персональные гаджеты в системе новых медиа» проводится в форме зачета.

### **Оценочные средства:**

Зачет, ситуационный практикум.

### **Процедура оценивания:**

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

### **Суммарное количество баллов:**

-70 и более (зачтено) – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

-Менее 70 (незачтено) – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### **Кейсы/Ситуационный практикум. Социальные сети в контексте новых медиа**

Кейс для студентов по дисциплине «Социальные сети и персональные гаджеты в системе новых медиа»

Описание кейса:

В связи с быстрым развитием социальных сетей и персональных гаджетов, медиа-индустрия переживает значительные изменения. Рынок требует от компаний инновационных подходов для удержания аудитории. Вы, как молодые эксперты, должны предложить стратегию для медиа-компании «Новая эра», которая стремится повысить уровень вовлеченности пользователей и интегрировать новые технологии в свои текущие процессы.

#### Задание 1: Анализ цифрового поведения

##### Описание задания:

Проанализируйте, как пользователи взаимодействуют с контентом на различных платформах. Изучите, какие типы контента вызывают наибольшую вовлеченность, и как выбор гаджетов (смартфоны, планшеты, умные часы) влияет на это взаимодействие.

##### Цели задания:

- Провести исследование предпочтений пользователей в социальных сетях.
- Определить, как различные гаджеты влияют на повседневное потребление медиа.
- Подготовить отчет с рекомендациями по улучшению контента для повышения вовлеченности на различных устройствах.

#### Задание 2: Разработка и тестирование стратегии

##### Описание задания:

Создайте и протестируйте стратегию повышения вовлеченности пользователей в социальных сетях медиа-компании. Используйте данные предыдущего анализа для создания креативной кампании, которая будет учитывать особенности каждой платформы и ряд гаджетов.

##### Цели задания:

- Разработать стратегию взаимодействия с аудиторией через контент и новые форматы.
- Настроить инструменты аналитики для мониторинга эффективности кампании.
- Представить результаты и обоснования выбранной стратегии в виде презентации для руководства компании.

### ***Кейсы/Ситуационный практикум. Персональные гаджеты как инструменты современной журналистики***

Кейс для студентов по дисциплине «Социальные сети и персональные гаджеты в системе новых медиа»

##### Описание кейса:

В связи с быстрым развитием социальных сетей и персональных гаджетов, медиа-индустрия переживает значительные изменения. Рынок требует от компаний инновационных подходов для удержания аудитории. Вы, как молодые эксперты, должны предложить стратегию для медиа-компании «Новая эра», которая стремится повысить уровень вовлеченности пользователей и интегрировать новые технологии в свои текущие процессы.

#### Задание 1: Анализ цифрового поведения

##### Описание задания:

Проанализируйте, как пользователи взаимодействуют с контентом на различных платформах. Изучите, какие типы контента вызывают наибольшую вовлеченность, и как выбор гаджетов (смартфоны, планшеты, умные часы) влияет на это взаимодействие.

##### Цели задания:

- Провести исследование предпочтений пользователей в социальных сетях.
- Определить, как различные гаджеты влияют на повседневное потребление медиа.
- Подготовить отчет с рекомендациями по улучшению контента для повышения вовлеченности на различных устройствах.

#### Задание 2: Разработка и тестирование стратегии

##### Описание задания:

Создайте и протестируйте стратегию повышения вовлеченности пользователей в социальных сетях медиа-компании. Используйте данные предыдущего анализа для создания креативной кампании, которая будет учитывать особенности каждой платформы и ряд гаджетов.

##### Цели задания:

- Разработать стратегию взаимодействия с аудиторией через контент и новые форматы.
- Настроить инструменты аналитики для мониторинга эффективности кампании.
- Представить результаты и обоснования выбранной стратегии в виде презентации для руководства компании.

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### *Задания 1 типа*

1. Какое значение социальных сетей в системе современных медиа?
2. Что такое новые медиа, и чем они отличаются от традиционных?
3. Какие основные функции социальных сетей в цифровом обществе?
4. Как персональные гаджеты влияют на медийное потребление информации?
5. В чем заключается концепция «цифрового следа», оставляемого в социальных сетях?
6. Какую роль играют алгоритмы в формировании контента в социальных сетях?
7. Что такое медиаконвергенция, и как она связана с использованием гаджетов и соцсетей?
8. Как изменилось представление о приватности в эпоху социальных сетей?
9. Как персональные гаджеты способствуют развитию гражданской журналистики?
10. В чем отличие классической журналистики от нового формата новостей в социальных сетях?
11. Какие существуют риски злоупотребления данными пользователей в социальных сетях?
12. Как влияют социальные сети на политическую активность и участие в протестах?
13. В чем заключается роль социальных медиа в развитии брендов и маркетинга?
14. Как изменилось поведение аудитории в связи с массовым использованием смартфонов?
15. Как влияют технологии дополненной и виртуальной реальности на социальные медиа?
16. Что такое феномен инфлюенсеров и как они влияют на мнение аудитории в соцсетях?
17. Как социальные сети способствуют распространению дезинформации и фейковых новостей?
18. Как искусственный интеллект применяется в анализе данных социальных сетей?
19. В чем заключается концепция «второго экрана», и как она связана с медиа?
20. Какие этические проблемы возникают в использовании персональных данных в новых медиа?
21. Каковы основные способы монетизации контента в социальных сетях?
22. Как меняется коммуникация в обществе с развитием соцсетей и мессенджеров?
23. Какую роль играют чат-боты в социальных медиа и персональных гаджетах?
24. Как мобильные приложения влияют на формирование медиа-среды и восприятие информации?
25. Как технологии блокчейна могут применяться в новых медиа и социальных сетях?

### *Задания 2 типа*

1. Проанализируйте пример успешной вирусной кампании в социальных сетях и определите ключевые факторы успеха.
2. Опишите возможные последствия для бренда при кризисе в социальных сетях и предложите стратегию его преодоления.
3. Как изменения в алгоритмах социальных сетей могут повлиять на стратегию контент-маркетинга?
4. Проведите сравнительный анализ эффективности использования персональных гаджетов для потребления новостей в разных демографических группах.
5. Как социальные сети изменяют процессы политической мобилизации на примере конкретных событий?
6. Оцените влияние инфлюенсеров на потребительское поведение в конкретной отрасли.
7. Исследуйте, как использование технологий дополненной реальности в социальных сетях изменяет пользовательский опыт.
8. Проведите анализ механизма распространения фейковых новостей в социальных сетях и предложите возможные решения по их снижению.
9. Как видеоизменились методы управления репутацией бренда в условиях доминирования социальных медиа?
10. Проанализируйте взаимодействие бренда и пользователей на примере успешной SMM-кампании.
11. Исследуйте, как использование персональных гаджетов изменяет привычки медиа-потребления у подростков.
12. Опишите последствия злоупотребления персональными данными пользователей и предложите меры по их защите.
13. Проанализируйте, как социальные сети могут быть использованы в образовательных целях.
14. Как технологии искусственного интеллекта применяются в модерации контента в социальных медиа?
15. Оцените влияние социальных сетей на малый бизнес на примере конкретных кейсов.
16. Как изменяются подходы к созданию визуального контента с учетом развития мобильных устройств?
17. Исследуйте роль социальных сетей в формировании общественного мнения на примере конкретной социальной проблемы.
18. Опишите изменения в потреблении видео-контента с переходом на мобильные платформы.
19. Проанализируйте успешную стратегию продвинутой таргетированной рекламы в социальных сетях.
20. Как социальные сети влияют на эмоциональное и психологическое состояние пользователей?
21. Исследуйте, как развитие технологий виртуальной реальности меняет форму контента в социальных медиа.
22. Оцените эффективность мобильных приложений новостных медиа на предмет удержания аудитории.
23. Проанализируйте, как цифровые инновации влияют на перераспределение ролей в медиапроизводстве.

24. Исследуйте примеры успешного внедрения блокчейн-технологий в социальной сети или медиа-платформе.
25. Оцените последствия падения популярности определенной социальной платформы и определите альтернативные пути взаимодействия с аудиторией.

### ***Задания 3 типа***

1. Как создать эффективный контент-план для социальной сети, который привлечет целевую аудиторию?
2. Какие инструменты аналитики использовать для оценки вовлеченности контента в социальных сетях?
3. Как можно оптимизировать личный профиль в LinkedIn для профессионального продвижения?
4. Какие шаги предпринять для повышения безопасности своих аккаунтов в социальных сетях?
5. Как использовать Instagram Stories для увеличения узнаваемости бренда?
6. Как настроить и использовать рекламные кампании в Facebook Ads для малого бизнеса?
7. Какие критерии учитывать при выборе платформы для продвижения товаров или услуг?
8. Как интегрировать персональные гаджеты в стратегию многоканального маркетинга?
9. Какие лучшие практики использования хэштегов в Twitter и Instagram?
10. Как измерить возврат на инвестиции (ROI) от присутствия компании в соцсетях?
11. Какие способы существуют для мониторинга репутации бренда в онлайн-среде?
12. Как использовать функции TikTok для увеличения охвата аудитории?
13. Какие методы продвижения подкастов в социальных сетях можно применять на личном опыте?
14. Как реагировать на негативные комментарии или отзывы в социальных платформах?
15. Как создать визуально привлекательный и информативный контент с помощью мобильных приложений?
16. Какие приложения и стратегии использовать для управления несколькими социальными аккаунтами?
17. Как персонализировать коммуникацию с пользователями через социальные сети?
18. Какие инструменты использовать для автоматизации публикаций в социальных сетях?
19. Как эффективно вести прямые эфиры в Instagram или Facebook?
20. Какие метрики важны для анализа успеха кампании в социальной сети?
21. Как использовать возможности геолокации в социальных сетях для продвижения локального бизнеса?
22. Какие типы контента наиболее эффективны для взаимодействия с подростковой аудиторией?
23. Как проводить A/B тестирование для лучше понимания предпочтений своей аудитории?
24. Какие шаги предпринять для создания успешной блочной структуры контента в соцсетях?
25. Как использовать мессенджеры как канал продаж и поддержки клиентов?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

#### Режиссура цифрового репортажа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Рабочая программа дисциплины «Режиссура цифрового репортажа» составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 *Медиакоммуникации*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N531.

Дисциплина «Режиссура цифрового репортажа» представляет собой курс, направленный на изучение основ и принципов создания репортажного видеоконтента для цифровой среды. В рамках курса студенты знакомятся с техническими аспектами съемки и монтажа видеоматериалов, изучают принципы работы с камерой, звуком и светом, а также осваивают различные методики обработки отснятого материала. Особое внимание уделяется созданию динамичных, захватывающих и информативных сюжетов, способных привлечь и удержать внимание зрителя.

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению подготовки 42.04.05 *Медиакоммуникации* и относится к дисциплинам по выбору.

### **Цели изучения дисциплины:**

Целью изучения дисциплины «Режиссура цифрового репортажа» является формирование у студентов профессиональных компетенций в области разработки и применения современных цифровых медиатехнологий для создания цифрового репортажа.

### **Задачи изучения дисциплины:**

1. Развитие способности создавать качественный репортажный контент для цифровой среды.
2. Освоение методов анализа текущих событий и тенденций в мире, что позволит лучше понимать контекст и значимость происходящего.
3. Развитие креативного мышления и умения генерировать оригинальные идеи для создания репортажных сюжетов.
4. Подготовка к работе в условиях быстро меняющейся информационной повестки дня и необходимости оперативной реакции на актуальные события.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен осуществлять проектно-аналитическую и научную деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2	ПК-2.1. Осуществляет разработку программ исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.1.1.1. методологию социологических и психологических исследований в сфере медиакоммуникаций	ПК-2.1.2.3. составлять программу медиаисследований	ПК-2.1.3.2. составления программы медиаисследований	Аналитический отчет
			ПК-2.1.1.2. основы создания программ исследований в сфере медиа			
		ПК-2.2. Разрабатывает инструментарий исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.2.1.1. методику разработки инструментария исследования медиасреды и повестки дня	ПК-2.2.2.3. применять инструментарий исследований на практике.	ПК-2.2.3.3. управлять работами по применению инструментария медиаисследований	
		ПК-2.3. Оформляет результаты исследовательской деятельности в сфере медиа и коммуникаций в виде аналитических отчетов, презентаций, научных и научно-практических публикаций	ПК-2.3.1.1. методику оформления результатов в виде отчетов;	ПК-2.3.2.4. оценивать результаты анализа медиа	ПК-2.3.3.4. Сдавать готовый продукт заказчику	

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Журналистские жанры. Репортаж.	4		4							46	Аналитический отчет / 45;
Тема 2. Основы режиссуры и драматургии цифрового репортажа.	4		4							46	Аналитический отчет / 45;
Всего в семестре, час	8 из 8		8							92 из 92	100 (ТКУ+ПА)
			8 из 8								
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Тема 1. Журналистские жанры. Репортаж.*

**Определение понятий:** журналистика, журналист. Текст и жанр. Аудитория в современной журналистике. Особенности интернет-журналистики. Фактчекинг. Новостная журналистика. Приёмы: смещение акцентов, повороты, видеоряд. Я-новость: персональный бренд. Интервью: алгоритм работы, композиционные особенности, различные формы. Интервью как инструмент для построения или коррекции ДНК персонального бренда. Репортаж как журналистский жанр. Основные элементы репортажа. Особенности репортажного лида. Композиционные особенности репортажа. ВАК в репортаже. Гибридные жанры.

#### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Приёмы: смещение акцентов, повороты, видеоряд. Я-новость: персональный бренд. Интервью: алгоритм работы, композиционные особенности, различные формы.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

#### *Тема 2. Основы режиссуры и драматургии цифрового репортажа.*

**Принципы создания цифрового контента:** видео, аудио, графический дизайн. Использование современных технологий в создании цифрового медиаконтента. Продюсирование и управление проектами в цифровой среде. Цифровые инструменты для сотрудничества. Влияние цифровых медиа на аудиторию и способы взаимодействия с ней. Этапы при создании цифрового репортажа: 1. Материализация замысла в литературной форме. 2. Материализация замысла в режиссерском сценарии. 3. Съёмка. 4. Ракадровка и монтаж для цифровых репортажей. 5. Презентация готового репортажа для демонстрации в цифровых медиа. Режиссерский сценарий. Планы: крупные, средний, детали. Ракурсы. Сюжеты. Монтаж: ритм, законы и принципы, виды. Этика и ответственность в создании цифрового репортажа.

#### **Формы контроля:**

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Продюсирование и управление проектами в цифровой среде. Цифровые инструменты для сотрудничества.

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet,

подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Основная литература*

Зорин К.А. Журналистское мастерство. Новостная журналистика : учебное пособие / Зорин К.А.. — Красноярск : Сибирский федеральный университет, 2016. — 136 с. — ISBN 978-5-7638-3509-0. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/84345.html>

### *Дополнительная литература*

1. Дэвид, Мэмет О режиссуре фильма / Мэмет Дэвид ; перевод Виктор Гольшев. — Москва : Ад Маргинем Пресс, 2019. — 96 с. — ISBN 978-5-91103-468-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/92782.html>

2. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. — Москва : Аспект Пресс, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139682.html>

3. Алексунин В.А. Маркетинговые коммуникации : практикум / Алексунин В.А., Дубаневич Е.В., Скляр Е.Н.. — Москва : Дашков и К, 2020. — 194 с. — ISBN 978-5-394-03541-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/110953.html>

### *Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"*

1. Альманах лаборатория рекламы: Оценка эффективности PR-деятельности критерии и методы <http://www.advlab.ru/articles/article363.htm> 2. Sostav. Интернет портал о рекламе, маркетинге и PR. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) 3. Рекламные идеи. Российский журнал о творческом брендинге. <http://www.advi.ru> 4. Портал о дизайне и брендинге THE DIELINE – <http://www.thedieline.com> 5. VC.RU – стартапы, бизнес, технологии <https://vc.ru/> 6. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. Новости, интервью с ведущими специалистами, отраслевые рейтинги, статьи, информация о событиях рекламного бизнеса. <https://adindex.ru/> 7. Rusability . Платформа для развития маркетологов. Регулярно выходят новости и статьи, освещаются курсы по digital, бизнесу и менеджменту, аналитике. <https://rusability.ru/articles> 8. Лайкни – интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге: кейсы, мастер-классы, интервью с признанными экспертами отрасли. <https://www.likeni.ru/>

### *Материально-техническая база*

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### *Лицензионное программное обеспечение*

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition

2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y

3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)

4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)

5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### *Свободно распространяемое программное обеспечение*

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)

2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)

4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)

5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)

6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Практикум по решению задач, ответы на вопросы зачета

#### **Оценочные средства:**

Аналитический отчет по практикуму. Ответы на вопросы зачета.

#### **Процедура оценивания:**

Защита отчета по практикуму. Аргументация ответов на зачете.

#### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Шкала и критерии оценки практикума:

35-45 – отчет по практикуму производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом, графиками и выводами; автор владеет научным аппаратом исследования, четкость выводов - полностью характеризуют работу; автор участвовал в дискуссиях на лекциях; отчет сдан в указанные сроки; соблюдена последовательность предоставления отчетных материалов в соответствии с последовательностью тем дисциплины.

24-34 – отчет по практикуму не четко выстроен, сопровождается иллюстративным материалом, графиками и выводами, автор не владеет научным аппаратом исследования, в исследовании нет четких выводов, автор не участвовал в дискуссиях на лекциях.

23-1 – отчет по практикуму выполнен формально, много заимствований, нет иллюстрационного материала, графиков, выводы не четкие; автор не участвовал в дискуссиях на лекциях, не может объяснить, отчет сдан позже указанных сроков, не соблюдена последовательность предоставления отчетных материалов в соответствии с последовательностью тем дисциплины.

Шкала и критерии оценки на зачете:

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины.

Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-3 балла

Задание 2: 0-3 балла

Задание 3: 0-4 балла

#### **«Зачтено»**

– **9-10** – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задачи решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

– **7 -8** – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

– **5 - 6** – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задача решена частично.

«Не зачтено»

– менее 5 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены.

## Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости

### *Аналитический отчет. Тема 1. Журналистские жанры. Репортаж.*

- Разработать сюжетную линию цифрового репортажа.
- Составить режиссерский сценарий.
- Описать планы: крупные, средний, детали.
- Описать ракурсы.
- Описать принципы монтажа, которые необходимо использовать при производстве цифрового медиапродукта.

Формат: Word. Объем – 12-13 листов А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

### *Аналитический отчет. Тема 2. Основы режиссуры и драматургии цифрового репортажа.*

- Разработать гибридную форму медиапродукта, куда репортаж войдет составной частью.
- Составить режиссерский сценарий гибридного продукта.
- Описать планы: крупные, средний, детали.
- Описать ракурсы.
- Описать принципы монтажа, которые необходимо использовать при производстве цифрового медиапродукта.

Формат: Word. Объем – 12-13 листов А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

### *Задания 1 типа*

1. Что такое репортаж?
2. Какие основные признаки репортажа?
3. Каковы особенности структуры репортажа?
4. Какие виды репортажей существуют?
5. Как выбрать тему для репортажа?
6. Как подготовиться к написанию репортажа?
7. Какие источники информации используются при подготовке репортажа?
8. Как проводить интервью для репортажа?
9. Как правильно организовать структуру репортажа?
10. Как использовать визуальные элементы в репортаже?
11. Как создавать динамику в тексте репортажа?
12. Как удержать внимание читателя в репортаже?
13. Как использовать эмоции в репортаже?
14. Как работать над стилем репортажа?
15. Как учитывать аудиторию при написании репортажа?
16. Как проверять достоверность информации в репортаже?
17. Как избегать ошибок в репортаже?
18. Как редактировать репортаж?
19. Как использовать аудио- и видеоматериалы в репортаже?
20. Как публиковать репортажи в социальных сетях?
21. Как анализировать эффективность репортажа?
22. Как оценивать качество репортажа?
23. Как репортаж влияет на общественное мнение?
24. Как реагировать на критику репортажа?
25. Как репортаж может влиять на политику и общество?

### *Задания 2 типа*

Вот список из 25 вопросов для сравнения репортажа, интервью и новостей в интернет-журналистике:

1. В чем заключается цель репортажа, интервью и новостной статьи?
2. Какова структура каждого из этих жанров?
3. Какие виды репортажей существуют и какие бывают виды интервью?
4. Как выбрать тему для репортажа, интервью и новостной статьи?
5. Как подготовиться к написанию репортажа, интервью и новостной статьи?
6. Какие источники информации используются при подготовке репортажа, интервью и новостной статьи?
7. Как проводить интервью для репортажа, интервью и новостной статьи?
8. Как создать динамику в тексте репортажа, интервью и новостной статьи?

9. Как удерживать внимание читателя в репортаже, интервью и новостной статье?
10. Как использовать эмоции в репортаже, интервью и новостной статье?
11. Как работать над стилем репортажа, интервью и новостной статьи?
12. Как учитывать аудиторию при написании репортажа, интервью и новостной статьи?
13. Как проверять достоверность информации в репортаже, интервью и новостной статье?
14. Как избежать ошибок в репортаже, интервью и новостной статье?
15. Как редактировать репортаж, интервью и новостную статью?
16. Как использовать аудио- и видеоматериалы в репортаже, интервью и новостной статье?
17. Как публиковать репортаж, интервью и новостные статьи в социальных сетях?
18. Как анализировать эффективность репортажа, интервью и новостных статей?
19. Как оценить качество репортажа, интервью и новостной статьи?
20. Как репортаж, интервью и новостная статья могут влиять на общественное мнение?
21. Как реагировать на критику репортажа, интервью и новостной статьи?
22. Как репортаж, интервью и новостная статья могут влиять на политику и общество?
23. Какие технические средства необходимы для создания качественного репортажа, интервью и новостной статьи?
24. Как правильно оформлять заголовки и подзаголовки в репортаже, интервью и новостной статье?
25. Как адаптировать контент для разных платформ (мобильные устройства, десктопы)?

### ***Задания 3 типа***

1. Создание репортажа о мероприятии на открытом воздухе. Используйте различные инструменты для съемки и монтажа, чтобы передать атмосферу события.
2. Разработка репортажа о спортивном соревновании. Уделите внимание ключевым моментам игры и реакции зрителей.
3. Подготовка репортажа о культурном событии, таком как фестиваль или выставка. Покажите уникальность мероприятия через людей, искусство и атмосферу.
4. Создание репортажа о природной катастрофе. Используйте кадры с места событий и комментарии экспертов для объяснения ситуации.
5. Подготовка репортажа о социально значимом проекте. Расскажите историю проекта, опишите вклад волонтеров и результаты их работы.
6. Разработка репортажа о научном эксперименте. Покажите процесс исследования, обсудите его значение и возможные последствия.
7. Подготовка репортажа о политическом событии. Следите за ходом дебатов, соберите мнения участников и наблюдателей.
8. Создание репортажа о культурной традиции или обряде. Исследуйте происхождение и значение традиции, включите кадры с участниками и комментариями экспертов.
9. Разработка репортажа о технологической инновации. Объясните принцип работы технологии, покажите ее применение и перспективы развития.
10. Подготовка репортажа о благотворительном мероприятии. Показывайте работу волонтеров, собирайте истории тех, кто получил помощь, и расскажите о том, как люди могут присоединиться к этой инициативе.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Режиссура цифрового медиапродукта

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

## 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Режиссура цифрового медиапродукта» посвящена основным концепциям и методам создания современных цифровых медиапродукций. В рамках курса студенты учатся созданию цифрового медиапродукта с помощью творческой организации всех элементов сценического искусства.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 *Медиакоммуникации*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N531.

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению подготовки магистратуры 42.04.05 *Медиакоммуникации* и относится к дисциплинам по выбору Блока 1.

### **Цели изучения дисциплины:**

Целью изучения дисциплины «Режиссура цифрового медиапродукта» является формирование у студентов профессиональных компетенций в области разработки и применения современных цифровых медиатехнологий для создания медиапродукта.

### **Задачи изучения дисциплины:**

1. Изучение теоретических основ режиссуры цифровых медиа.
2. Практическое освоение методов и приемов создания цифровых медиапродуктов.
3. Разработка сценариев и концепций медиапроектов.
4. Анализ современных тенденций в области цифровых медиа и их применение в практике.
5. Подготовка студентов к самостоятельной работе в области режиссуры цифровых медиа.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен осуществлять проектно-аналитическую и научную деятельность с учетом специфики профессиональной сферы	ПК-2	ПК-2.1. Осуществляет разработку программ исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.1.1.2. основы создания программ исследований в сфере медиа	ПК-2.1.2.2. самостоятельно и правильно оценивать эффективность исследований медиа	ПК-2.1.3.2. составления программы медиаисследований	Аналитический отчет
			ПК-2.1.1.3. психологические и социологические особенности медиакоммуникаций	ПК-2.1.2.3. составлять программу медиаисследований	ПК-2.1.3.3. оценки психологических и социологических эффектов медиа	
		ПК-2.2. Разрабатывает инструментарий исследований в сфере медиа и коммуникаций	ПК-2.2.1.2. методологию социологических и психологических медиаисследований	ПК-2.2.2.2. самостоятельно оценивать эффективность исследований информационной среды	ПК-2.2.3.2. разрабатывать структуру исследований информационной среды;	
		ПК-2.2.1.3. методологию сбора и интерпретации медиаданных	ПК-2.2.2.3. применять инструментарий исследований на практике.	ПК-2.2.3.3. управлять работами по применению инструментария исследований медиаисследований		
		ПК-2.3. Оформляет результаты исследовательской деятельности в сфере медиа и коммуникаций в виде аналитических отчетов, презентаций, научных и научно-	ПК-2.3.1.2. методику оформления результатов в виде презентаций;	ПК-2.3.2.2. Организовать рабочее время для проведения исследования	ПК-2.3.3.2. Оформления результатов в презентациях;	
		научных и научно-	ПК-2.3.1.3. Методику оформления результатов в виде научно-	ПК-2.3.2.3.	ПК-2.3.3.3. Оформления результатов в научно-практических	

		практических публикаций	практических публикаций;	Выбирать программное обеспечение для анализа медиа	публикациях	
--	--	-------------------------	--------------------------	--	-------------	--

### 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Тема 1. Основы режиссуры и драматургии цифрового медиапродукта.	4		4							46	Аналитический отчет / 45;
Тема 2. Использование в режиссуре современных технологий создания цифрового медиапродукта.	4		4							46	Аналитический отчет / 45;
Всего в семестре, час	8 из 8		8							92 из 92	100 (ТКУ+ПА)
		8 из 8									
Итоговый контроль	Зачет										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

### 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

#### *Тема 1. Основы режиссуры и драматургии цифрового медиапродукта.*

Принципы создания цифрового контента: видео, аудио, графический дизайн. Продюсирование и управление проектами в цифровой среде. Цифровые инструменты для сотрудничества. Влияние цифровых медиа на аудиторию и способы взаимодействия с ней. Заявки на фильм. Этапы при создании цифрового медиапродукта: 1. Материализация замысла в литературной форме. 2. Материализация замысла в режиссерском сценарии. 3. Съемка. 4. Ракадровка и монтаж для цифровых проектов. 5. Презентация готового медиапродукта для демонстрации в цифровых медиа. Режиссерский сценарий. Планы: крупные, средний, детали. Ракурсы. Сюжеты. Монтаж: ритм, законы и принципы, виды. Этика и ответственность в создании цифрового контента.

#### **Формы контроля:**

Аналитический отчет

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Продюсирование и управление проектами в цифровой среде. Цифровые инструменты для сотрудничества.

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

#### *Тема 2. Использование в режиссуре современных технологий создания цифрового медиапродукта.*

Как режиссеры используют технологии для создания уникальных и авангардных постановок. Основные понятия цифрового дизайна при производстве медиапродукта. Web-дизайн и его особенности. Motion Design и сферы его

применения. Гейм-дизайн. Анимированные аудиовизуальные проекты. Разновидности анимации, используемой для рекламы в Интернете.

Типы корпоративного цифрового аудиовизуального контента. Анализ аудитории и целевой группы при разработке цифрового медиапродукта. Конкурентный анализ применяемых технологий.

**Формы контроля:**

Аналитический отчет

**Вопросы для самостоятельного изучения:**

Web-дизайн и его особенности. Motion Design и сферы его применения. Гейм-дизайн. Анимированные аудиовизуальные проекты

**Формы самостоятельной работы:**

Работа с литературой, включая ЭБС, источниками в сети Internet, подготовка доклада и отчета по кейс-заданиям.

## 5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

**Основная литература**

Светлакова Е.Ю. Режиссура аудиовизуального произведения : учебно-методический комплекс по направлению подготовки 51.03.02 (071500.62) «Народная художественная культура», профиль «Руководство студией кино-, фото- и видеотворчества», квалификация (степень) выпускника «бакалавр» / Светлакова Е.Ю.. — Кемерово : Кемеровский государственный институт культуры, 2014. — 84 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/55809.html>

**Дополнительная литература**

1. Дзялошинский И.М. Медиатизация культуры в цифровой цивилизации : учебное пособие / Дзялошинский И.М.. — Москва : Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 477 с. — ISBN 978-5-4497-1594-4. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/119113.html> .
2. Кульчицкая, Д. Ю. Новые медиа в глобальном мире : учебное пособие для студентов вузов / Д. Ю. Кульчицкая. — Москва : Аспект Пресс, 2024. — 141 с. — ISBN 978-5-7567-1133-2. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/139682.html>

**Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. Альманах лаборатория рекламы: Оценка эффективности PR-деятельности критерии и методы <http://www.advlab.ru/articles/article363.htm> 2. Sostav. Интернет портал о рекламе, маркетинге и PR. [www.sostav.ru](http://www.sostav.ru) 3. Рекламные идеи. Российский журнал о творческом брендинге. <http://www.advi.ru> 4. Портал о дизайне и брендинге THEDIELINE – <http://www.thedieline.com> 5 VC.RU – стартапы, бизнес, технологии <https://vc.ru/> 6. Adindex – информационное отраслевое издание о рынке рекламы и маркетинга в России. Новости, интервью с ведущими специалистами, отраслевые рейтинги, статьи, информация о событиях рекламного бизнеса. <https://adindex.ru/> 7. Rusability . Платформа для развития маркетологов. Регулярно выходят новости и статьи, освещаются курсы по digital, бизнесу и менеджменту, аналитике. <https://rusability.ru/articles> 8. Лайкни – интернет-издание о digital, social и креативном маркетинге: кейсы, мастер-классы, интервью с признанными экспертами отрасли. <https://www.likeni.ru/>

**Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

**Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Зачет

### **Оценочные средства:**

Зачет, аналитический отчет.

### **Процедура оценивания:**

Защита отчета.

Ответы на вопросы на зачете.

Зачет представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя.

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающегося принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание № 2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задания №3 – задания на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Практикум по решению задач

35-45 – отчет по практикуму производит выдающееся впечатление, сопровождается иллюстративным материалом, графиками и выводами; автор владеет научным аппаратом исследования, четкость выводов - полностью характеризуют работу; автор участвовал в дискуссиях на лекциях; отчет сдан в указанные сроки; соблюдена последовательность предоставления отчетных материалов в соответствии с последовательностью тем дисциплины.

24-34 – отчет по практикуму не четко выстроен, сопровождается иллюстративным материалом, графиками и выводами, автор не владеет научным аппаратом исследования, в исследовании нет четких выводов, автор не участвовал в дискуссиях на лекциях.

23-1 – отчет по практикуму выполнен формально, много заимствований, нет иллюстрационного материала, графиков, выводы не четкие; автор не участвовал в дискуссиях на лекциях, не может объяснить, отчет сдан позже указанных сроков, не соблюдена последовательность предоставления отчетных материалов в соответствии с последовательностью тем дисциплины.

Зачет

Выполнение обучающимся заданий билета оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-3 балла

Задание 2: 0-3 балла

Задание 3: 0-4 балла

«Зачтено»

– 9-10 – ответ правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задачи решены правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

– 7 -8 – ответ в целом правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Ход решения задач правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

– 5 - 6 – ответ в основном правильный, логически выстроен, использована профессиональная терминология. Задача решена частично.

«Не зачтено»

– менее 5 – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задачи не решены.

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### *Аналитический отчет. Тема 1. Основы режиссуры и драматургии цифрового медиапродукта.*

- Разработать сюжетную линию цифрового медиапродукта.
- Составить режиссерский сценарий.
- Описать планы: крупные, средний, детали.
- Описать ракурсы.
- Описать принципы монтажа, которые необходимо использовать при производстве цифрового медиапродукта.

Формат: Word. Объем – 12-13 листов А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

### *Аналитический отчет. Тема 2. Использование в режиссуре современных технологий создания цифрового медиапродукта.*

- Выбрать нишу.
- Выбрать бренд.
- Провести анализ имеющихся медиапродуктов
- Провести сравнительный конкурентный анализ
- На основе выявленных проблемных зон, предложить разработку цифрового медиапродукта.
- Сформировать заявку.

Формат: Word. Объем – 12-13 листов А4, Times New Roman шрифт 14, интервал 1,5. Титульный лист оформить в соответствии с требованиями «Синергии».

Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Зачета

#### *Задания 1 типа*

1. Что такое режиссура?
2. Какие основные функции выполняет режиссер?
3. В чем заключается отличие режиссера от сценариста?
4. Каковы основные этапы создания цифрового медиапродукта?
5. Как происходит выбор темы для создания цифрового медиапродукта?
6. Какие факторы необходимо учитывать при выборе жанра для создания цифрового медиапродукта?
7. Какова роль драматургии в создании цифрового медиапродукта?
8. Какие элементы драматургии используются в создании цифрового медиапродукта?
9. Как осуществляется разработка сюжета для цифрового медиапродукта?
10. Какие методы используются для написания сценария для цифрового медиапродукта?
11. Как происходит подбор актеров для создания цифрового медиапродукта?

12. Каким образом осуществляется работа с актерами на съемочной площадке?
13. Какие виды монтажа используются при создании цифрового медиапродукта?
14. Как осуществляется звуковое оформление цифрового медиапродукта?
15. Какую роль играет музыка в создании цифрового медиапродукта?
16. Как осуществляется работа с графикой и спецэффектами при создании цифрового медиапродукта?
17. Какие технические средства используются при создании цифрового медиапродукта?
18. Какие программы и инструменты используются при создании цифрового медиапродукта?
19. Как осуществляется продвижение и реклама цифрового медиапродукта?
20. Какие формы обратной связи используются при создании цифрового медиапродукта?
21. Как осуществляется оценка качества цифрового медиапродукта?
22. Какие ошибки могут возникнуть при создании цифрового медиапродукта и как их избежать?
23. Какие технологии используются для создания цифровых медиапродуктов?
24. Какие требования предъявляются к профессиональной подготовке специалистов в области режиссуры и драматургии цифрового медиапродукта?
25. Какие перспективы развития профессии режиссера и драматурга цифрового медиапродукта существуют на сегодняшний день?

#### *Задания 2 типа*

1. Какие современные технологии применяются в режиссуре для создания цифрового медиапродукта?
2. Какие преимущества и недостатки у каждой из этих технологий?
3. Как изменились процессы производства и распространения цифрового медиапродукта благодаря новым технологиям?
4. Какие новые возможности для творчества появились с развитием технологий?
5. Какие риски связаны с использованием новых технологий в режиссуре?
6. Как новые технологии влияют на взаимодействие между режиссером и командой создателей медиапродукта?
7. Как изменяются стандарты качества медиапродукции с внедрением новых технологий?
8. Какие ограничения существуют при использовании определенных технологий в режиссуре?
9. Как меняются бюджеты проектов с использованием новых технологий?
10. Какие специалисты необходимы для работы с новыми технологиями в режиссуре?
11. Как использование новых технологий влияет на сроки производства медиапродукта?
12. Какие новые жанры и форматы медиапродукции стали возможны благодаря новым технологиям?
13. Как изменяется зрительская аудитория с внедрением новых технологий?
14. Какие примеры успешного использования новых технологий в режиссуре можно привести?
15. Какие трудности возникают при интеграции новых технологий в существующие производственные процессы?
16. Как изменяется конкуренция в индустрии с внедрением новых технологий?
17. Какие экономические последствия может иметь внедрение новых технологий в режиссуру?
18. Как меняется восприятие медиапродукции зрителями с внедрением новых технологий?
19. Какие культурные аспекты следует учитывать при использовании новых технологий в режиссуре?
20. Как изменяется правовая база с внедрением новых технологий в режиссуру?
21. Какие новые образовательные программы появляются в связи с развитием технологий в режиссуре?
22. Какие международные стандарты и нормы применяются при использовании новых технологий в режиссуре?
23. Как изменяется взаимодействие с органами государственной власти с внедрением новых технологий в режиссуру?
24. Какие примеры неудачного использования новых технологий в режиссуре можно привести?
25. Какие рекомендации можно дать режиссерам и продюсерам по использованию новых технологий в работе?

#### *Задания 3 типа*

#### Задание 1: Концепция продукта

Разработайте концепцию цифрового медиапродукта, который будет представлять собой интерактивную игру, основанную на популярном сериале или фильме. Опишите ключевые характеристики игры, включая сюжет, персонажей, геймплей и механику взаимодействия с пользователем.

#### Задание 2: Сценарий

Создайте режиссерский сценарий для короткометражного фильма или веб-сериала, используя элементы драмы, комедии или фантастики. Определите основных героев, их мотивации и конфликты, а также ключевые сцены и поворотные моменты сюжета.

#### Задание 3: Выбор ракурсов съемки

Выберите ракурсы съемки для создания короткого видеоклипа. Объясните, почему выбранные ракурсы наиболее подходят для реализации идеи клипа, учитывая особенности жанра, стилистические предпочтения и технические возможности.

#### Задание 4: Монтаж

Предложите варианты монтажа видеоматериалов, используя различные методы и техники монтажа, чтобы создать динамичный и эмоциональный ролик. Опишите процесс монтажа, используемые эффекты и переходы, а также обоснуйте свои решения.

#### Задание 5: Звук и музыка

Разработайте идею аудиосопровождения для созданного видеоролика, включающее звуковые эффекты, фоновую музыку и диалоги. Объясните, как каждый элемент аудиоконтента взаимодействует с визуальным рядом и способствует достижению художественной цели.

#### Задание 6: Работа с графикой

Создайте идею для графического дизайна для цифрового медиапродукта, например, логотип, анимационные ролики или интерфейсные элементы. Предложите использование различных графических программ и техники для достижения качественного результата.

#### Задание 7: Продвижение продукта

Разработайте маркетинговый план для продвижения вашего цифрового медиапродукта. Определите целевую аудиторию, выберите каналы продвижения, подготовьте рекламные материалы и стратегии взаимодействия с потенциальными потребителями.

#### Задание 8: Анимация

Предложите идею анимационного ролика, используя традиционную или компьютерную анимацию. Разработайте сценарий, раскадровку, модели персонажей и окружающую среду, а также выполните сам процесс анимации.

#### Задание 9: Виртуальная реальность

Создайте идею виртуальной реальности-приложения, которое погружает пользователя в определенную атмосферу или событие. Определите цель приложения, создайте сценарий и дизайн среды, а также выполните программирование и тестирование.

#### Задание 10: Критический анализ

Проведите критический анализ существующего цифрового медиапродукта, определив его сильные и слабые стороны, а также предложите улучшения и рекомендации по его развитию.

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Сценарное мастерство в репортаже

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Сценарное мастерство в репортаже» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакommunikациям.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакommunikации и входит в Блок «Дисциплины по выбору». Дисциплина изучается на 1 курсе в 2 семестре.

## Цели изучения дисциплины:

Сформировать у студентов профессиональные компетенции в области создания сценариев для репортажей, обеспечивающих глубокое и структурированное освещение событий с использованием творческих и современных подходов

## Задачи изучения дисциплины:

1. Изучение теоретических основ сценарного мастерства: ознакомить студентов с принципами и методиками сценарной работы, применимыми в жанре репортажа.
2. Развитие навыков структурирования материала: научить эффективно организовывать информацию, создавать логичные и захватывающие повествовательные линии.
3. Освоение техник повествования: помочь овладеть различными приемами и стилями повествования для усиления эмоционального и информационного воздействия репортажа.
4. Анализ и критическая оценка существующих репортажей: способствовать развитию аналитического мышления через разбор успешных и неудачных сценарных решений в профессиональных работах.
5. Практика создания собственных сценариев: предоставить возможность применять полученные знания на практике, создавая оригинальные сценарии для разнообразных тематик и аудиторий.
6. Интеграция мультимедийных элементов: обучить использованию современных технологий и средств выражения для обогащения сценарного повествования.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4	ПК-4.1. Организует реализацию и контроль за ходом создания текстов в сфере медиа и коммуникаций	ПК-4.1.1.1. принципы написания текстов в цифровых медиа	ПК-4.1.2.1. писать медиатексты для различных носителей	ПК-4.1.3.1. написания медиатекстов для цифровых носителей	Кейсы/ Ситуационный практикум
		ПК-4.2. Создает и редактирует тексты в каналах медиа и цифровых коммуникаций, учитывая особенности технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4.2.1.1. особенности работы и распространения информации через различные каналы цифровых медиа	ПК-4.2.2.1. работать с различными каналами цифровых медиа	ПК-4.2.3.1. составления и распространения различных медиапродуктов через различные цифровые каналы	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1											
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)					Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл
		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Теоретические основы сценарного мастерства в репортаже	6					2				28	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Практические приемы и техники создания сценариев репортажей	2					6				28	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;
Всего в семестре, час	8 из 8					8				56 из 56	100 (ТКУ+ПА)
		8 из 8									
Итоговый контроль	Экзамен										
Итоговый экзамен (в академических часах)	36										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Теоретические основы сценарного мастерства в репортаже*

- Особенности жанра репортажа в современных СМИ
  - Понятие и виды репортажа
  - Роль репортажа в информационном пространстве
  - Тенденции развития репортажа в цифровую эпоху
  - Влияние аудитории на форму и содержание репортажа
  - Этика и ответственность журналиста-репортера
- Принципы и методики сценарной работы в журналистике
  - Основы сценарного мастерства
  - Методы генерации идей и концепций
  - Планирование сценария: от замысла к реализации
  - Инструменты и техники сценариста
  - Особенности сценарной работы в разных медиаформатах
- Структура сценария репортажа: ключевые элементы
  - Введение: захват внимания аудитории
  - Развитие темы: логика и последовательность изложения
  - Кульминация: усиление эмоционального воздействия
  - Заключение: выводы и призывы к действию
  - Использование фактов, цитат и статистики для усиления сценария
- Повествовательные стратегии и драматургия в репортаже
  - Типы повествования: линейное и нелинейное
  - Создание динамики и напряжения в репортаже
  - Персонажи и их роль в повествовании
  - Приемы драматургии для усиления воздействия
  - Баланс объективности и эмоциональности в подаче материала

### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Анализ и критическая оценка существующих репортажей

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

### ***Практические приемы и техники создания сценариев репортажей***

1. Сбор и структурирование материала для сценария
  - Методы исследования и сбора информации
  - Организация и классификация полученных данных
  - Работа с источниками: интервью, наблюдения, документы
  - Проверка фактов и достоверность информации
  - Подготовка чернового варианта сценария
2. Техники создания захватывающего повествования
  - Использование сторителлинга в репортаже
  - Приемы удержания внимания аудитории
  - Визуализация и образность в тексте
  - Ритм и интонация сценария
  - Работа с эмоциональными триггерами
3. Интеграция мультимедийных элементов в сценарий репортажа
  - Возможности современных технологий в журналистике
  - Включение видео, аудио и графики в сценарий
  - Особенности написания сценариев для мультимедиа
  - Интерактивные элементы и их роль в репортаже
  - Адаптация сценария под различные платформы и устройства

### ***Формы контроля:***

Кейсы/Ситуационный практикум

### ***Вопросы для самостоятельного изучения:***

Развитие уникального стиля и творческого подхода - Поиск собственного голоса в журналистике - Эксперименты с форматами и структурами - Творческие упражнения и техники вдохновения - Влияние личного опыта и мировоззрения на сценарий - Этические аспекты творческого самовыражения

*Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

### ***Основная литература***

Мультимедийная журналистика : учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, А. А. Мирошниченко [и др.] ; под редакцией А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой. — 2-е изд. — Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2018. — 416 с. — ISBN 978-5-7598-1663-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/89369.html>

### ***Дополнительная литература***

Ларионова И.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Ларионова И.А.. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 42 с. — ISBN 978-5-87623-819-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/56554.html>

### ***Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"***

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <http://www.sostav.ru/>

### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения

2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)
3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

### **Электронно-библиотечная система**

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

### **Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

### **Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:**

Промежуточная аттестация по дисциплине «Сценарное мастерство в репортаже» проводится в форме экзамена.

### **Процедура оценивания:**

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание № 1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

### **Шкала и критерии оценки, балл:**

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-30 баллов

Задание 2: 0-30 баллов

Задание 3: 0-40 баллов

### **Суммарное количество баллов:**

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована

профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

### *Кейсы/Ситуационный практикум. Теоретические основы сценарного мастерства в репортаже*

Кейс: "Погружение в реальность: исследование и освещение современной городской жизни"

Задание 1: Исследование и разработка сценарного плана

---

Цель: Познакомить студентов с процессом исследования и разработки сценарного плана для репортажа.

Описание задания:

1. Выберите одну из актуальных тем современной городской жизни (например, проблемы экологии в городе, влияние общественного транспорта на повседневную жизнь, уличные музыкальные коллективы и их роль в культурной жизни).

2. Проведите исследование, собирая информацию из различных источников, включая интервью с экспертами, жителями города и участниками выбранного события/явления.

3. На основе собранной информации разработайте сценарный план репортажа, включающий основные сюжетные линии, ключевых персонажей и общую структуру повествования.

4. Подготовьте презентацию своего сценарного плана и представьте его в классе, обосновывая выбор темы и сюжетных линий.

Критерии оценки:

- Глубина и обоснованность исследования
- Четкость и логичность сценарного плана
- Креативность и оригинальность подхода
- Убедительность презентации

Задание 2: Создание фрагмента репортажа

---

Цель: Практическое применение навыков сценарного мастерства в создании части репортажа.

Описание задания:

1. На основе разработанного сценарного плана выберите одну ключевую сцену или сегмент репортажа.

2. Напишите сценарий для выбранной части, уделяя внимание деталям, диалогам и динамике повествования.

3. Организуйте небольшую "съёмочную" группу из однокурсников и снимите/запишите данный сегмент, используя доступные средства (например, смартфоны, обучающий видеоконкурс).

4. Подготовьте финальный монтаж фрагмента репортажа, добавьте необходимые элементы (музыку, титры, графику) и представьте его классу на обсуждение.

Критерии оценки:

- Соответствие сценарию и заявленным темам
- Качество сценарного текста и визуального исполнения
- Креативность решения и применение режиссерских навыков
- Способность взаимодействовать в команде и организованность процесса

### *Кейсы/Ситуационный практикум. Практические приемы и техники создания сценариев репортажей*

Кейс: "Погружение в реальность: исследование и освещение современной городской жизни"

Задание 1: Исследование и разработка сценарного плана

---

Цель: Познакомить студентов с процессом исследования и разработки сценарного плана для репортажа.

Описание задания:

1. Выберите одну из актуальных тем современной городской жизни (например, проблемы экологии в городе, влияние общественного транспорта на повседневную жизнь, уличные музыкальные коллективы и их роль в культурной жизни).
2. Проведите исследование, собирая информацию из различных источников, включая интервью с экспертами, жителями города и участниками выбранного события/явления.
3. На основе собранной информации разработайте сценарный план репортажа, включающий основные сюжетные линии, ключевых персонажей и общую структуру повествования.
4. Подготовьте презентацию своего сценарного плана и представьте его в классе, обосновывая выбор темы и сюжетных линий.

Критерии оценки:

- Глубина и обоснованность исследования
- Четкость и логичность сценарного плана
- Креативность и оригинальность подхода
- Убедительность презентации

Задание 2: Создание фрагмента репортажа

---

Цель: Практическое применение навыков сценарного мастерства в создании части репортажа.

Описание задания:

1. На основе разработанного сценарного плана выберите одну ключевую сцену или сегмент репортажа.
2. Напишите сценарий для выбранной части, уделяя внимание деталям, диалогам и динамике повествования.
3. Организуйте небольшую "съемочную" группу из однокурсников и снимите/запишите данный сегмент, используя доступные средства (например, смартфоны, обучающий видеокомплекс).
4. Подготовьте финальный монтаж фрагмента репортажа, добавьте необходимые элементы (музыку, титры, графику) и представьте его классу на обсуждение.

Критерии оценки:

- Соответствие сценарию и заявленным темам
- Качество сценарного текста и визуального исполнения
- Креативность решения и применение режиссерских навыков
- Способность взаимодействовать в команде и организованность процесса

## Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена

### **Вопрос 1. Теоретический**

Описание условий задачи

1. Что такое сценарное мастерство и какую роль оно играет в создании репортажа?
2. Каковы основные этапы разработки сценария для репортажа?
3. Опишите различия между классическим сценарием художественного фильма и сценарным планом репортажа.
4. Какие ключевые элементы включает в себя структура репортажного сценария?
5. Что такое драматургическая структура, и как она может быть применена в репортаже?
6. Как определить центральную идею или основное сообщение будущего репортажа?
7. Какие методы сбора информации являются наиболее эффективными для создания достоверного сценария?
8. Какую роль играют интервью при написании сценария репортажа?
9. Объясните важность выбора персонажей в репортаже. Как они влияют на восприятие сюжета?
10. Какова роль конфликта в структуре репортажа, и как его можно идентифицировать?
11. Какие подходы можно использовать для создания интересной и динамичной линии повествования?
12. Каковы основные методы создания эмоционального отклика у зрителя через сценарий?
13. Что такое "эмпатия" в контексте сценария, и как ее вызвать у зрителя?
14. Как автор может использовать визуальные и звуковые элементы для усиления сценарного эффекта?
15. Какие различия существуют между режиссерской и сценарной интерпретацией материала?
16. Опишите процесс адаптации литературного материала для сценария репортажа.
17. Каковы правила и приемы написания диалогов для репортажа?
18. Почему важно учитывать культурный и социальный контекст при разработке сценария?
19. Как сценарист может интегрировать исследовательские данные в повествование?
20. В чем разница между объективной и субъективной точкой зрения в репортаже?
21. Какие техники используются для сокращения сценария без потери его сути?

22. Как определить подходящий формат и стиль репортажа в зависимости от целевой аудитории?
23. Что такое "образный ряд" в сценарии и как его правильно сформировать?
24. Каковы основные методы редактирования сценария после завершения первого черновика?
25. Как сценаристу определить границы авторской интерпретации при освещении фактов?

### **Вопрос 2. Аналитический**

Описание условий задачи

1. Как вы подходите к выбору темы для репортажа, основываясь на текущих событиях или тенденциях?
2. Как бы вы определили центральный конфликт в данной ситуации для создания драматургической структуры репортажа?
3. Какие персонажи или участники события наиболее интересны для интервью и почему?
4. Как вы планируете собрать достоверную информацию для сценария в условиях ограниченного доступа к источникам?
5. Какие визуальные элементы данной ситуации можно использовать для усиления повествования?
6. Какой стиль повествования будет наиболее уместен для описания этой ситуации?
7. Как бы вы представили в репортаже различные точки зрения участников события?
8. Как вы планируете учитывать эмоциональное состояние участников при написании сценария репортажа?
9. Как бы вы адаптировали сценарий для различных платформ (например, телевидение, интернет, радио)?
10. Как вы определите границы между субъективной и объективной подачей информации в этом репортаже?
11. Какие этические соображения необходимо учесть при освещении данной ситуации?
12. Как вы выберете наиболее важные факты и детали для включения в сценарий?
13. Каким образом вы сможете удержать внимание аудитории, освещая длинную и сложную ситуацию?
14. Как вы планируете использовать звуковое оформление для передачи атмосферы события?
15. Какие приемы вы использовали бы для создания максимального эмоционального воздействия в данной ситуации?
16. Как вы бы структурировали сценарий, чтобы сбалансировать информацию и развлекательную часть?
17. Какие возможные препятствия или проблемы вы можете предвидеть при съемке и как подготовитесь к их преодолению?
18. Как вы планируете донести уникальность и значимость ситуации своим зрителям?
19. Какие ключевые вопросы вы зададите участникам, чтобы глубже понять суть проблемы?
20. Как вы справитесь с опровержениями или изменением информации в процессе разработки сценария?
21. Какие аспекты данной ситуации требуют дополнительного исследования для повышения точности сценария?
22. Как вы выберете выигрышную точку зрения камеры для передачи сути и динамики события?
23. Как вы планируете интеграцию архивных материалов или бэкграундной информации в сценарий?
24. Как бы вы подвели итог события в заключительной части репортажа, чтобы оставить сильное впечатление?
25. Какие сценарные приемы вы бы использовали для того, чтобы сделать сложное событие понятным для широкой аудитории?

### **Вопрос 3. Практический**

Описание условий задачи

1. Какие шаги вы предпримете для разработки идеи сценария репортажа?
2. Как вы структурируете сценарий, чтобы он был понятен и логичен?
3. Какие методы исследования вы используете для сбора информации перед написанием сценария?
4. Как вы работаете с интервью: подготовка вопросов, проведение и использование их в сценарии?
5. Какие элементы включает в себя успешный сценарий открытия репортажа?
6. Как добиться баланса между информативностью и удержанием интереса зрителей?
7. Каковы особенности написания сценария для репортажа на телевидении, в отличие от других медиа?
8. Какой формат подачи информации предпочтительнее: хронологический или тематический?
9. Какие приемы вы используете для создания интриги или напряжения в сценарии?
10. Как вы готовите сценарий к адаптации для разных медийных платформ?
11. Как разработать и прописать эффективные переходы между различными частями репортажа?
12. Каким образом вы интегрируете аудиовизуальные элементы в сценарий?
13. Как вы работаете с фактами, чтобы минимизировать предвзятость и обеспечить объективность?
14. Как избежать излишней драматизации, сохраняя эмоциональную сторону репортажа?
15. Как вы подготавливаетесь к неожиданным изменениям, которые могут потребовать пересмотра сценария?
16. Какие приемы помогут вам выделить ключевые моменты в сценарии?
17. Как вы тестируете сценарий на предмет его восприятия аудиторией?
18. Как вы структурируете сценарий, чтобы было легко вносить изменения в процессе разработки?

19. Какие инструменты и программное обеспечение вы используете для написания и редактирования сценария?
20. Как разрабатывать сценарии для репортажей в режиме реального времени?
21. Какие подходы к диалогу вы используете для повышения естественности общения в репортаже?
22. Как вы работаете с фокус-группами или тестовой аудиторией для улучшения сценария?
23. Как разработать сценарий так, чтобы он соответствовал бренду или стилю данного СМИ?
24. Какие проверки и доработки вы выполняете перед окончательной версией сценария?
25. Как учитываете обратную связь от съемочной группы при окончательной редакции сценария?

## Университет «Синергия»

Рассмотрено  
на заседании Ученого совета  
Университета «Синергия»  
протокол № 11 от 28.11.2025 г.

**УТВЕРЖДАЮ**  
Ректор Университета «Синергия»  
кандидат экономических наук, доцент  
А. И. Васильев  
01.12.2025 г.

### Рабочая программа дисциплины

### Сценарное мастерство в цифровых медиа

**Направление подготовки:** 42.04.05. Медиакоммуникации  
**Профиль подготовки:** Цифровые медиакоммуникации  
**Квалификация выпускника:** Магистр  
**Форма обучения:** Очная

Москва 2025

# 1. АННОТАЦИЯ К ДИСЦИПЛИНЕ

Дисциплина «Сценарное мастерство в цифровых медиа» закладывает базу для освоения методологии и концепции современных трансмедийных коммуникации для применения в профессиональной деятельности специалистами по медиакоммуникациям.

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с требованиями ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.05 *Медиакоммуникации*, утвержденным Приказом Минобрнауки России от 08 июня 2017 г. N531.

## Место дисциплины в структуре образовательной программы

Настоящая дисциплина включена в учебные планы по программам подготовки магистров по направлению 42.04.05 Медиакоммуникации и входит в Блок «Дисциплины по выбору».

## Цели изучения дисциплины:

Сформировать у студентов профессиональные компетенции в области сценарного мастерства для цифровых медиа, позволяющие создавать качественный и конкурентоспособный контент с учетом специфики современных цифровых платформ и потребностей аудитории.

## Задачи изучения дисциплины:

1. Изучить теоретические основы сценарного мастерства в контексте цифровых медиа, включая принципы драматургии, структуры повествования и характерные особенности цифрового сторителлинга.

2. Овладеть навыками адаптации сценариев для различных форматов цифровых медиа: веб-сериалов, подкастов, видеоблогов, интерактивных проектов, контента для социальных сетей и других актуальных платформ.

3. Исследовать специфику аудитории цифровых медиа и научиться применять приемы привлечения и удержания внимания пользователей в условиях высокой конкуренции за внимание в цифровой среде.

4. Ознакомиться с современными инструментами и технологиями создания и продвижения сценарного контента в цифровых медиа, включая программное обеспечение для написания сценариев, средства визуализации и платформы распространения.

5. Развить практические навыки написания сценариев, пройдя полный цикл от идеи до готового сценария, с учетом жанровых и формальных требований выбранного цифрового формата.

6. Анализировать и критически оценивать примеры успешных сценариев в цифровых медиа, выявляя ключевые факторы их эффективности и возможности применения этих приемов в собственной практике.

## 2. ПЕРЕЧЕНЬ ПЛАНИРУЕМЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ, СООТНЕСЕННЫХ С ПЛАНИРУЕМЫМИ РЕЗУЛЬТАТАМИ ОСВОЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование следующих компетенций, предусмотренных образовательной программой.

Результаты освоения ООП (содержание компетенций)	Код компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенций	Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине			Формы образовательной деятельности
			Должен знать	Должен уметь	Имеет практический опыт	
Способен создавать и редактировать тексты для нужд профессиональной деятельности (как предназначенные для публичного распространения, так и для иных профессиональных целей) на русском языке, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для различных технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4	ПК-4.1. Организует реализацию и контроль за ходом создания текстов в сфере медиа и коммуникаций	ПК-4.1.1.1. принципы написания текстов в цифровых медиа	ПК-4.1.2.1. писать медиатексты для различных носителей	ПК-4.1.3.1. написания медиатекстов для цифровых носителей	Кейсы/ Ситуационный практикум
		ПК-4.2. Создает и редактирует тексты в каналах медиа и цифровых коммуникаций, учитывая особенности технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК-4.2.1.1. особенности работы и распространения информации через различные каналы цифровых медиа	ПК-4.2.2.1. работать с различными каналами цифровых медиа	ПК-4.2.3.1. составления и распространения различных медиапродуктов через различные цифровые каналы	

## 3. ТЕМАТИЧЕСКИЙ ПЛАН

Семестр 1							
Темы/Конт. работа	Лекции	Контактная работа обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий)	Лаб. практикумы	Тренинги	E-learning	Сам. работа	Оценочные средства ТКУ/ Балл; Форма ПА/ Балл

		Семинары	Практикумы по решению задач	Мастер-классы	Дидакт. игры	Ситуац. практикумы					
Теоретические основы сценарного мастерства в цифровых медиа	6					2			28	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;	
Практика сценарного мастерства для цифровых медиа	2					6			28	Кейсы/ Ситуационный практикум / 30;	
Всего в семестре, час	8 из 8					8			56 из 56	100 (ТКУ+ПА)	
		8 из 8									
Итоговый контроль	Экзамен										
Итоговый экзамен (в академических часах)	36										
Общий объем дисциплины (в академических часах)	108 из 108										

## 4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

### *Теоретические основы сценарного мастерства в цифровых медиа*

- Жанры и стили: особенности применения в цифровой среде
- 2. Структуры и формы повествования
  - Линейное и нелинейное повествование в цифровых медиа
  - Модели нарративов: круговая, эпизодическая, интерактивная
  - Трансмедийный сторителлинг: интеграция контента на разных платформах
  - Использование флэшбеков, флэшфорвардов и параллельных линий сюжета
  - Микронарративы и их роль в социальных сетях
- 3. Особенности цифрового сторителлинга
  - Визуальное сторителлинг: сочетание текста, изображения и видео
  - Интерактивность и участие аудитории в развитии сюжета
  - Персонализация контента и алгоритмы рекомендаций
  - Вирусность: механизмы распространения контента в сети
  - Эффект погружения: использование AR и VR в сценариях

### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Аудитория цифровых медиа - Портрет современного пользователя цифровых медиа - Потребительские тренды и поведение онлайн-аудитории - Методы анализа и сегментации аудитории - Вовлечение и удержание внимания потребителей контента - Этика взаимодействия с аудиторией в цифровой среде

### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

### **Практика сценарного мастерства для цифровых медиа**

1. Адаптация сценариев для разных цифровых форматов
  - Сценарии веб-сериалов: особенности и требования
  - Создание контента для подкастов и аудиоплатформ
  - Разработка сценариев для видеоблогов и YouTube-каналов
  - Интерактивные проекты: геймификация и выбор пользователя
  - Контент для социальных сетей: TikTok, Stories
2. Инструменты и технологии создания сценарного контента

- Программное обеспечение для написания сценариев (Final Draft, Celtx и др.)
- Использование сторибордов и майндмэпов в планировании
- Технологии управления проектами и коллективной работы (Trello, Asana)
- Визуальные эффекты и анимация в цифровых медиа
- Платформы распространения и продвижения контента

### 3. Практические навыки написания сценариев

- Генерация идей и брейнсторминг
- Создание синопсиса и логлайна
- Разработка диалогов и монологов
- Структурирование сценария: акты, сцены, эпизоды
- Редактирование и корректура: улучшение качества текста

#### **Формы контроля:**

Кейсы/Ситуационный практикум

#### **Вопросы для самостоятельного изучения:**

Творчество и инновации в цифровых медиа - Разработка уникальных концепций и оригинальных идей - Эксперименты с форматом и структурой повествования - Взаимодействие с новыми технологиями (AR, VR, AI) - Тренды и будущее сценарного мастерства в цифровой среде

#### *Формы самостоятельной работы:*

Работа с литературой, включая ЭБС,

источниками в сети Internet

Подготовка к практикуму, подготовка отчета по практикуму

## **5. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ**

#### **Основная литература**

Ларионова И.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебное пособие / Ларионова И.А.. — Москва : Издательский Дом МИСиС, 2015. — 42 с. — ISBN 978-5-87623-819-1. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/56554.html>

#### **Дополнительная литература**

Шарков, Ф. И. Интерактивные электронные коммуникации (возникновение “Четвертой волны”) : учебное пособие / Ф. И. Шарков. — 3-е изд. — Москва : Дашков и К, 2017. — 260 с. — ISBN 978-5-394-02257-9. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/85315.html>

#### **Перечень ресурсов информационно-коммуникационной сети "Интернет"**

1. РЕКЛАМНЫЙ ПОРТАЛ <http://www.sostav.ru/>

#### **Материально-техническая база**

1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения
2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся: специализированная мебель и компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета

#### **Лицензионное программное обеспечение**

1. Windows Professional 10 Russian Upgrade OLP NL AcademicEdition
2. Office Professional Plus Education ALng LSA OLVS E 3Y
3. Kaspersky Total Security для бизнеса Russian Edition (отечественное программное обеспечение)
4. Антивирусная программа Dr.Web (отечественное программное обеспечение)
5. ПО для видеоконференцсвязи и внутренних коммуникаций: ВКурсе (отечественное программное обеспечение <https://vkurse.ru/>)

#### **Свободно распространяемое программное обеспечение**

1. 7-ZIP – архиватор (<https://www.7-zip.org/>)
2. OpenOffice (<https://www.openoffice.org/ru/>)

3. PDF24 Toolbox (<https://www.pdf24.org/ru/>)
4. GIMP (редактор растровой графики) (<https://www.gimp.org/>)
5. Логином (Loginom) (отечественное программное обеспечение; <https://loginom.ru/platform/pricing/>)
6. Inkscape (векторная графика) (<https://www.inkscape.org/>)

#### *Электронно-библиотечная система*

Электронная библиотечная система (ЭБС) IPR BOOKS <http://www.iprbookshop.ru>

#### *Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы*

1. Официальный интернет-портал базы данных правовой информации (<http://pravo.gov.ru/>)
2. Электронная библиотека научных публикаций eLIBRARY (<https://elibrary.ru>)
3. Компьютерная справочная правовая система «КонсультантПлюс» (<http://www.consultant.ru/>)
4. Архив научных журналов НЭИКОН (<https://arch.neicon.ru/xmlui/>)

## **6. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Описание оценочных материалов для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации

#### *Описание текущего контроля и промежуточной аттестации:*

Промежуточная аттестация по дисциплине «Сценарное мастерство в цифровых медиа» проводится в форме экзамена.

#### *Оценочные средства:*

Экзамен, ситуационный практикум.

#### *Процедура оценивания:*

Экзамен представляет собой выполнение обучающимся заданий билета, включающего в себя:

Задание №1 – теоретический вопрос на знание базовых понятий предметной области дисциплины, а также позволяющий оценить степень владения обучающимся принципами предметной области дисциплины, понимание их особенностей и взаимосвязи между ними;

Задание №2 – задание на анализ ситуации из предметной области дисциплины и выявление способности обучающегося выбирать и применять соответствующие принципы и методы решения практических проблем, близких к профессиональной деятельности;

Задание №3 – задание на проверку умений и навыков, полученных в результате освоения дисциплины

#### *Шкала и критерии оценки, балл:*

Выполнение обучающимся заданий оценивается по следующей балльной шкале:

Задание 1: 0-10 баллов

Задание 2: 0-10 баллов

Задание 3: 0-20 баллов

#### **Суммарное количество баллов:**

**-90 и более (отлично)** – ответ правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена правильно. Обучающийся правильно интерпретирует полученный результат.

**-70 и более (хорошо)** – ответ в целом правильный, логически выстроен, приведены необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Ход решения задачи правильный, ответ неверный. Обучающийся в целом правильно интерпретирует полученный результат.

**-50 и более (удовлетворительно)** – ответ в основном правильный, логически выстроен, приведены не все необходимые формулы, использована профессиональная лексика. Задача решена частично.

**-Менее 50 (неудовлетворительно)** – ответы на теоретическую часть неправильные или неполные. Задача не решена

## **Типовые контрольные задания или иные материалы в рамках текущего контроля успеваемости**

#### *Кейсы/Ситуационный практикум. Теоретические основы сценарного мастерства в цифровых медиа*

Кейс: Создание и адаптация сценария для кросс-платформенного цифрового проекта

Контекст:

В быстро развивающемся мире цифровых медиа, способность адаптировать и оптимизировать сценарии для различных платформ становится всё более важной. Ваша задача как сценаристов — создать захватывающую и динамичную историю,

которая будет эффективно работать как на традиционной видео-платформе, так и в виде интерактивного опыта на мобильном приложении.

Задание 1: Написание линейного сценария для короткометражного видео

1. Цель: Создать сценарий для короткометражного видео продолжительностью 5-7 минут.
2. Тема: Влияние технологий на современное общество.
3. Требования:

- Основные персонажи: не более трех.
- Место действия: современный город.
- Включить один неожиданный поворот сюжета.
- Подготовить раскадровку ключевых сцен.

4. Результат: Сценарий, оформленный в соответствии с общепринятыми стандартами, и раскадровка, отображающая визуальные акценты на каждом этапе повествования.

Задание 2: Адаптация и создание интерактивного сценария для мобильного приложения

1. Цель: Адаптировать созданный сценарий для интерактивного повествования в мобильном приложении.
2. Требования:

- Создать ветвящийся сценарий, в котором пользователи могут делать выбор, влияющий на развитие сюжета.  
- Минимум три ключевые точки выбора, где действия пользователя значительно изменяют дальнейшее развитие сюжета.

- Разработать простую игровую механику для взаимодействия с персонажами.
- Убедитесь, что адаптированный сценарий сохраняет основные идеи и темы оригинальной истории.

3. Результат: Документ, содержащий сценарий с пометками для интерактивности и схемы разветвлений решений пользователя, а также пример одного ключевого выбора с визуализацией возможных последствий.

Оценка:

Оценка будет основываться на оригинальности идеи, качестве сценариев, их адаптивности к различным форматам медиа и способности студентов эффективно использовать инструменты сценарного мастерства для создания связного и увлекательного повествования.

### ***Кейсы/Ситуационный практикум. Практика сценарного мастерства для цифровых медиа***

Кейс: Создание и адаптация сценария для кросс-платформенного цифрового проекта

Контекст:

В быстро развивающемся мире цифровых медиа, способность адаптировать и оптимизировать сценарии для различных платформ становится всё более важной. Ваша задача как сценаристов — создать захватывающую и динамичную историю, которая будет эффективно работать как на традиционной видео-платформе, так и в виде интерактивного опыта на мобильном приложении.

Задание 1: Написание линейного сценария для короткометражного видео

1. Цель: Создать сценарий для короткометражного видео продолжительностью 5-7 минут.
2. Тема: Влияние технологий на современное общество.
3. Требования:

- Основные персонажи: не более трех.
- Место действия: современный город.
- Включить один неожиданный поворот сюжета.
- Подготовить раскадровку ключевых сцен.

4. Результат: Сценарий, оформленный в соответствии с общепринятыми стандартами, и раскадровка, отображающая визуальные акценты на каждом этапе повествования.

Задание 2: Адаптация и создание интерактивного сценария для мобильного приложения

1. Цель: Адаптировать созданный сценарий для интерактивного повествования в мобильном приложении.
2. Требования:

- Создать ветвящийся сценарий, в котором пользователи могут делать выбор, влияющий на развитие сюжета.  
- Минимум три ключевые точки выбора, где действия пользователя значительно изменяют дальнейшее развитие сюжета.

- Разработать простую игровую механику для взаимодействия с персонажами.
- Убедитесь, что адаптированный сценарий сохраняет основные идеи и темы оригинальной истории.

3. Результат: Документ, содержащий сценарий с пометками для интерактивности и схемы разветвлений решений пользователя, а также пример одного ключевого выбора с визуализацией возможных последствий.

Оценка:

Оценка будет основываться на оригинальности идеи, качестве сценариев, их адаптивности к различным форматам медиа и способности студентов эффективно использовать инструменты сценарного мастерства для создания связного и увлекательного повествования.

**Задания для проведения промежуточной аттестации в виде Экзамена**

## **Задания 1 типа**

### Описание условий задачи

1. Что такое сценарий и какие ключевые элементы он включает?
2. Какова структура классического трехактного сценария и чем она важна?
3. Что такое логлайн и какова его роль в сценарной разработке?
4. В чем разница между синопсисом и тритментом?
5. Как вы понимаете термин "арка персонажа" и почему он важен в сценарии?
6. Что такое "бит" в сценарии и как он влияет на развитие сюжета?
7. Объясните концепцию "нарративной структуры" и ее значение в цифровых медиа.
8. Какие существуют основные жанры сценариев и какие имеются отличительные особенности у каждого из них?
9. Какова роль диалогов в сценарии и какие приемы улучшают их качество?
10. Что такое "установка" и "пэйофф" в контексте сценарного мастерства?
11. Опишите разницу между линейным и нелинейным повествованием.
12. Каковы особенности написания сценариев для интерактивных медиа, таких как видеоигры или интерактивное кино?
13. Как изменилось сценарное мастерство с развитием цифровых платформ, таких как YouTube или Netflix?
14. В чем заключается важность исследования целевой аудитории при разработке сценария?
15. Объясните значение термина "изображение в сценарии" и как оно может быть использовано для усиления истории.
16. Какие инструменты и технологии применяются для создания раскадровки?
17. Каков процесс адаптации литературного произведения в сценарий?
18. Объясните термин "характеризация" и как она влияет на восприятие персонажей аудиторией.
19. Какие функции и задачи выполняет сценарист для телевизионных шоу в отличие от сценаристской работы в кино?
20. Что такое "захватывающее начало" (hook) и как его создание влияет на внимание зрителей?
21. Каковы основные ошибки, которых следует избегать при написании сценария?
22. Какие существуют методы генерации идей для сценариев?
23. Как культурный контекст влияет на написание и адаптацию сценариев для различных рынков?
24. Объясните, как использование трансплатформенных историй может расширить аудиторию проекта.
25. Как осуществить эффективное сотрудничество в сценарной команде и почему этот процесс важен для успеха проекта?

## **Задания 2 типа**

### Описание условий задачи

1. Какова основная цель данной дисциплины?
2. Кто является целевой аудиторией для курса?
3. Какие ключевые навыки должны приобрести студенты в процессе обучения?
4. Какие цифровые инструменты и платформы рекомендованы для использования в курсе?
5. Каковы основные этапы создания сценария для цифровых медиа?
6. Какие методы оценки успеваемости студентов предлагаются в курсе?
7. Какое место и роль занимает анализ аудитории в сценарном мастерстве?
8. Как влияет выбор платформы на структуру и содержание сценария?
9. Какие задания будут даваться студентам для закрепления теоретических знаний?
10. Какие примеры успешных сценарных проектов есть в цифровых медиа?
11. Какова роль интерактивности в сценариях для цифровых медиа?
12. Каким образом студенты смогут практиковаться в создании собственных сценариев?
13. Как будут организованы обратная связь и поддержка для студентов в процессе обучения?
14. Какие современные тенденции в цифровых медиа влияют на сценарное мастерство?
15. Как дисциплина интегрирует междисциплинарные подходы?
16. Каким образом рассматриваются вопросы авторских прав в контексте цифровых медиа?
17. Как образовательная программа будет адаптироваться под изменения в цифровой среде?
18. Какие квалифицированные специалисты привлекаются для преподавания курса?
19. Существуют ли дополнительные ресурсы и материалы для углубленного изучения темы?
20. Каким образом осуществляется международное сотрудничество в рамках дисциплины?
21. Как студенты будут учиться работать в командах над коллективными проектами?
22. Как дисциплина учитывает разнообразие жанров и форматов в цифровых медиа?
23. Какие технологии виртуальной и дополненной реальности предусмотрены в курсе?
24. Какими способами измеряется успешность реализации сценарных проектов?

25. Какие навыки, полученные в ходе обучения, наиболее востребованы на рынке труда?

### **Задания 3 типа**

#### Описание условий задачи

1. Каковы основные этапы написания сценария для цифровых медиа?
2. Чем отличается сценарий для фильма от сценария для видеоигры?
3. Какие особенности следует учитывать при создании сценария для YouTube-канала?
4. Как адаптировать традиционные сценарные структуры для цифровых медиа?
5. Какие элементы делают сценарий интерактивным?
6. Как учитывать пользовательский опыт при написании сценариев для виртуальной реальности?
7. В чем уникальность написания сценариев для подкастов в сравнении с видеоконтентом?
8. Как создать убедительных и запоминающихся персонажей в короткометражных видеороликах для социальных сетей?
9. Какие инструменты и программы могут помочь в написании сценариев для цифровых медиа?
10. Как использовать данные и аналитику для улучшения сценариев в цифровых медиа?
11. Какие методы сторителлинга являются наиболее эффективными в цифровых медиа?
12. Каков процесс адаптации литературного произведения для цифрового формата?
13. В чем заключаются особенности написания сценариев для веб-сериалов?
14. Как влияет платформа распространения на структуру и содержание сценария?
15. Какие аспекты необходимо учитывать при написании сценария для видеоконтента в формате вертикального видео?
16. Как писать диалоги, чтобы они были естественным для цифрового контента?
17. Как создавать сценарии для маркетинговых кампаний в цифровых медиа?
18. В чем разница между написанием сценариев для анимации и для живого действия в цифровых медиа?
19. Как построить динамическую и захватывающую историю в формате интерактивного сторителлинга?
20. В чем состоят основные принципы монтажа и редактирования в процессе написания сценариев для цифровых медиа?
21. Как интеграция пользовательского контента влияет на процесс написания сценария?
22. Какие юридические аспекты необходимо учитывать при написании сценариев для цифровых медиа?
23. Как использовать социальные тренды для создания актуального и привлекательного сценария?
24. Как технологии, такие как AI и машинное обучение, могут повлиять на написание сценариев в цифровых медиа?
25. Какова роль трансмедийного сторителлинга в создании мультимедийного сценария?

