

Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков
Должность: директор
Дата подписания: 05.09.2024 17:16:00
Уникальный программный ключ:
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 1

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА и ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ
при ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ

Наименование кафедры

Утверждены
решением учебно-методической
комиссии по направлению
(специальности)

Протокол №5
от «15» мая 2024 г

ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ

Б1.В.16 «Технологии создания онлайн-медиапроектов»

42.03.05 «Медиакоммуникации»

-
Медиапродюсирование и медиаменеджмент
бакалавриат

очная

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

Автор(ы)–составитель(и):
К.пед.н.,доцент, доцент кафедры
журналистики и медиакоммуникаций

Юмашева И.А.

Руководитель образовательной программы:

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине
2. Оценочные средства по дисциплине
 - 2.1 Текущий контроль
 - 2.2 Промежуточная аттестация
3. Описание системы оценивания, шкала оценивания
 - 3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля
 - 3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля
 - 3.3 Шкала перевода (для уровня подготовки бакалавриат и специалитет)

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине- перечень компетенций с указанием компонентов компетенций дисциплины, как отдельного элемента ОП

<i>Код компетенции</i>	<i>Наименование компетенции</i>	<i>Код компонента освоения компетенции</i>	<i>Наименование компонента освоения компетенции</i>
ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	ПК-5.1	Способен применять грамматику, стилистику и фонетику русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципы и методы построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методические и нормативные документов, регламентирующие деятельность СМИ и медиа
		ПК-5.2	Способен выполнять функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению необходимых изменений

2. Оценочные средства по дисциплине

2.1 Оценочные средства по дисциплине для текущего контроля

2.1.1 Устный опрос. Тематика для обсуждения по темам.

Тема 1. Понятие онлайн-медиапроект. Элементы онлайн-медиапроекта..

1. Цель и задачи онлайн-медиапроектирования.
2. Сущностные характеристики онлайн-медиапроекта.
3. Технологические этапы онлайн-медиапроекта. Принципы отбора инструментов для онлайн-медиапроекта.
4. Использование технологий социального проектирования в онлайн-медиапроекте.
5. Этапы генерации и отбора идей онлайн-медиапроекта.
6. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка.
7. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в онлайн-медиапроектировании.
8. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши.
9. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.).
10. Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории онлайн-медиапроекта.

Тема 2. Типы онлайн-медиапроектов. Специфика работы над онлайн-медиапроектом: мониторинг рынка цифровых медиапроектов..

1. Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.
2. Алгоритмы создания онлайн-медиапроекта.
3. Основные шаги мониторинга рынка онлайн-медиапроектов.
4. Шаги создания онлайн-медиапроекта на основе результатов мониторинга.
5. Разделение на рабочие группы.
6. Выбор темы для будущего проекта.

Тема 3. Планирование онлайн-медиапроекта. Разновидности мультимедийного контента в рамках онлайн-медиапроекта

1. Идея, цель и ожидаемый результат онлайн-медиапроекта. Интервью. Опрос. Customer Development.
2. Основные этапы планирования онлайн-медиапроекта.
3. Мультимедийный контент как часть онлайн-медиапроекта: фото, видео, графика, инфографика.

4. Подробные характеристики мультимедиа.
5. Роль текста в мультимедийных материалах.

Тема 4. Ресурсы и бюджет онлайн-медиапроекта.

1. Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации онлайн-медиапроекта.
2. Виды бюджетирования онлайн-медиапроекта.
3. Методы составления бюджета онлайн-медиапроекта.

Тема 5. Инструменты для создания онлайн-медиапроектов. Основы UX/UI.

1. Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать онлайн-медиапроект.
2. Основные параметры опыта взаимодействия пользователей (UX) и пользовательского интерфейса (UI) в цифровых продуктах.

Тема 6. Запуск и продвижение онлайн-медиапроекта.

1. Основные параметры продвижения онлайн-медиапроектов.
2. Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование.
3. Анонсирование материала онлайн-медиапроекта в социальных сетях, вовлечение аудитории до официального выпуска онлайн-медиапроекта посредством публикации материалов процесса работы над ним, публикация материала в социальных сетях дружественных СМИ (теор. аспект), публикация материала на тематических онлайн-порталах и форумах (теор. аспект).

Тема 7. Запуск пилотной версии онлайн-медиапроекта

1. Разработка общей коммуникационной стратегии и разбивка ее на этапы.
2. Особенности менеджмента на этапе стартапа.
3. "Безаудиторные" пилотные версии.
4. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории.
5. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию.
6. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию.

Тема 8. Работа с мультимедийным и видео контентом: этапы и основные принципы создания.

1. Последовательность работы над мультимедийными элементами цифрового медиапроекта. Разбор ошибок, разбор удачных кейсов.
2. Специфические особенности видео-контента онлайн-медиапроекта: жанры и форматы.
3. Разработка идеи, составление сценарной заявки, эпизодный план видеоролика, написание сценария.
4. Подготовка к съемке. Баланс белого, композиция кадра, правило третей, планы видеосъемки. Основные сложности в процессе съемки.
5. Анализ последних трендов в видеосъемке.

Тема 9. Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках онлайн-медиапроекта.

1. Принципы взаимодействия мультимедийного контента и текстовых элементов онлайн-медиапроекта. Успешные кейсы, разбор неудачных кейсов.

Тема 10. Интерактивные иллюстрации как часть онлайн-медиапроекта.

1. Работа с инструментами и сервисами для создания интерактивной иллюстрации.
2. Специфика сервисов для создания интерактивной иллюстрации

Тема 11. Аудиовизуальный контент как элемент онлайн-медиапроекта

1. Роль аудиовизуального контента в рамках онлайн-медиапроекта.
2. Аудиовизуальный контент и аналитические фильтры аудитории (теор. аспект).
3. Работа с инструментами и сервисами для создания аудиовизуального контента.

Тема 12. Методы оценки эффективности онлайн-медиапроекта

1. Формальные и неформальные методы.
2. Типы индикаторов, их выбор для оценки. Количественные индикаторы. Качественные индикаторы.
3. Perfectness Rate. Анализ эффективности социальных медиапроектов.
4. Показатели коммерческой эффективности.
5. Показатели экономической эффективности.
6. Показатели бюджетной эффективности.
7. Анализ отчета, выявление сильных и слабых сторон проекта.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Визуализация в современной медиакommunikации как комплексный интеграционный процесс.
2. Спектр форматов медиакommunikации.
3. Основы визуального сторителлинга на примерах скетчинга, фотографии, статической и динамической инфографики, документального видео, дата проектов с учетом технологических особенностей визуальных образов.
4. Комплексный характер современного визуального медийного продукта.
5. Требования к специалисту в области визуализации медиапроектов.
6. Развитие индивидуального авторского стиля и оригинального видения «режиссера» визуальной истории.

7. Работа с фотографией.
8. Формирование индивидуального видения героя визуальной истории. Базовые положения типографики, ее новейшие ресурсы.
9. Режиссура мультимедийной истории.
10. Базовые понятия: мультимедийный кадр, монтаж, планирование мультимедийной истории, выбор мультимедийного формата, проверка цельности плана.
11. Алгоритм создания мультимедийного проекта и мультимедийное кураторство.
12. Специфика работы над цифровым медиапроектом.
13. Мониторинг рынка цифровых медиапроектов.
14. Актуальность, аудитория, бюджет, производственные ресурсы онлайн-медиапроекта.
15. Визуализация макета будущего онлайн-медиапроекта.
16. Разновидности мультимедийного контента в рамках онлайн-медиапроекта.
17. Текст как элемент цифрового медиапроекта.
18. Визуальная репрезентация реальности в онлайн-медиапроекте.
19. Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках онлайн-медиапроекта.
20. Фотоиллюстрации как элемент онлайн-медиапроекта.
21. Моушн-графика как часть онлайн-медиапроекта.
22. Интерактивные карты как часть онлайн-медиапроекта.
23. Аудиовизуальный контент как элемент онлайн-медиапроекта.
24. Веб-дизайн как неотъемлемая часть онлайн-медиапроекта.
25. Видеоконтент как элемент онлайн-медиапроекта: сценарный замысел, основы съемки.
26. Видеоконтент как элемент онлайн-медиапроекта: расшифровка и анализ отснятого материала, теория и практика нелинейного монтажа.
27. Видеоконтент как элемент онлайн-медиапроекта: работа с графикой.
28. Работа с инструментами и платформами для верстки мультимедийного произведения: создание драфтовой версии проекта.
29. Использование встраиваемого кода.
30. Экспорт онлайн-медиапроекта.
31. Драматургия цифрового медиапроекта: линейное и нелинейное восприятие информации в сети.
32. Основные этапы продвижения онлайн-медиапроекта.
33. Продвижение онлайн-медиапроекта: каналы и платформы.
34. Кроссплатформенный продакшн.
35. Продвижение онлайн-медиапроекта: вирусное распространение. Обратная связь. Подключение счетчиков Яндекс.Метрика.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий.

1. Алгоритмы создания онлайн-медиапроекта.
2. Создание сториборда с использованием интерактивных сервисов.
3. Мультимедийный контент как часть онлайн-медиапроекта.
4. История развития онлайн-визуальной культуры.
5. Онлайн-медиапроект как способ визуальной репрезентации реальности.
6. Преимущества и недостатки разных типов онлайн-медиа.
7. Специфические особенности видео-контента для онлайн-медиа.
8. Анализ последних трендов в видеосъемке.
9. Виды и основные правила монтажа.
10. Анализ последних трендов в нелинейном видеомонтаже.
11. Социальные сети, видео-хостинги, блоги и микроблоги: специфика, возможности и риски.
12. Продвижение онлайн-медиапроекта: вирусное распространение.
13. Роль аудиовизуального контента в рамках онлайн-медиапроекта.
14. Специфические особенности видео-контента онлайн-медиапроекта.
15. Как эффективно запустить пилотной версии онлайн-медиапроекта.

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий.

1. Современные онлайн-медиапроекты в контексте новых информационных технологий.
2. Особенности медиапродукта, его важнейшие характеристики.
3. Взаимосвязь медиатора с проектом в СМИ.
4. Онлайн-медиапроект как инструмент влияния на целевые аудитории в новой системе медиакоординат.
5. Онлайн-медиапроект как создание и модернизация канала коммуникации.

6. Онлайн-медиапроект в условиях реальностей России: особенности планирования и реализации.
7. Конкурентное поле и поиск новых ниш в современных медиасистемах.
8. Управление реализацией онлайн-медиапроекта.
9. Уникальность онлайн-медиапроекта. Сроки онлайн-медиапроекта.
10. Постановка цели. Структура онлайн-медиапроекта.
11. Сценарий проекта. Анализ рисков.
12. Бюджет онлайн-медиапроекта.
13. Ограничения онлайн-медиапроекта.
14. Проектная команда.
15. Эффективность современного онлайн-медиапроекта.
16. Специфика рыночного и конкурентного анализа СМИ.
17. Характеристики жизненного цикла онлайн-медиапроекта в различных сегментах СМИ – печатном, радио, телевизионном, сетевом.
18. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта.
19. Использование технологий социального проектирования в медиапроектировании.
20. Использование технологий бизнеспроектирования в медиапроектировании.

2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студенту необходимо выбрать 3 проектных задания, выполнить их в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий.

Задание 1. Провести мозговой штурм по отбору идей онлайн-медиапроекта. Обосновать замысел онлайн-медиапроекта, провести предварительное исследование предполагаемой целевой аудитории медиапроекта.

Задание 2. Разработать алгоритм создания собственного онлайн-медиапроекта, подготовить презентацию алгоритма и предполагаемых результатов.

Задание 3. Сформировать контент план, мультимедийный и аудиовизуальный контент собственного онлайн-медиапроекта.

Задание 4. Подготовить бюджет запуска и продвижения собственного онлайн-медиапроекта.

Задание 5. Подготовить и провести запуск пилотной версии онлайн-медиапроекта.

Задание 6. Провести анализ сильных и слабых сторон собственного онлайн-медиапроекта. Подготовить презентацию отчета проведенного анализа.

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Сущностные характеристики онлайн-медиапроекта.
2. Технологические этапы онлайн-медиапроекта. Принципы отбора инструментов для онлайн-медиапроекта.
3. Использование технологий социального проектирования в онлайн-медиапроекте.
4. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши.
5. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.
6. Алгоритмы создания онлайн-медиапроекта.
7. Основные этапы мониторинга рынка онлайн-медиапроектов и их характеристика.
8. Основные этапы планирования онлайн-медиапроекта.
9. Мультимедийный контент как часть онлайн-медиапроекта: фото, видео, графика, инфографика.
10. Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации онлайн-медиапроекта.
11. Виды бюджетирования онлайн-медиапроекта.
12. Основные параметры продвижения онлайн-медиапроектов. Каналы продвижения. Медиаплан.
13. Разработка общей коммуникационной стратегии и разбивка ее на этапы.
14. Разновидности и особенности пилотных версий онлайн-медиапроектов.
15. Специфические особенности видео-контента онлайн-медиапроекта: жанры и форматы.
16. Разработка идеи, составление сценарной заявки, поэпизодный план видеоролика, написание сценария.
17. Принципы взаимодействия мультимедийного контента и текстовых элементов онлайн-медиапроекта.

18. Роль аудиовизуального контента в рамках онлайн-медиапроекта.
19. Аудиовизуальный контент и аналитические фильтры аудитории: теоретический аспект.
20. Преимущества и недостатки разных типов онлайн-медиа.
21. Специфические особенности видео-контента для онлайн-медиа.
22. Анализ эффективности социальных медиапроектов. Показатели коммерческой эффективности.
23. Анализ эффективности социальных медиапроектов. Показатели экономической эффективности.
24. Анализ эффективности социальных медиапроектов. Показатели бюджетной эффективности.
25. Анализ эффективности социальных медиапроектов. Показатели социальной эффективности.

3. Описание системы оценивания, шкала оценивания

3.1 Показатели и критерии оценивания для текущего контроля.

Перечень оценочных средств для текущего контроля	Показатели и критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
Устный опрос	Соответствие ответа вопросу, полнота информации в ответе.
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров

3.2 Показатели и критерии оценивания для промежуточного контроля

Компонент компетенции (с указанием кода)	Индикаторы достижения компетенций	Критерии оценивания (в баллах для бакалавриата и специалитета, в оценках для магистратуры и СПО)
ПК-5.1: Владеет грамматикой, стилистикой и фонетикой русского языка с целью осуществления профессиональной деятельности, основы создания и редактирования медиатекстов, принципами и методами построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа	Студент определяет принципы и методы построения материалов в соответствии с законодательством Российской Федерации и иных нормативных правовых актов, методических и нормативных документов, регламентирующих деятельность СМИ и медиа	Студент эффективно создает и редактирует медиатексты
ПК-5.2: Выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта, формированию требований к создаваемому сценарному материалу, ведению переговоров (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролю сроков выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценке качества сценарного материала, в случае необходимости формулирование требований по доработке и внесению	Студент формирует требования к создаваемому сценарному материалу, ведет переговоры (переписки) с авторами (сценаристами) по определению стоимости работ и сроков подготовки сценарного материала, контролирует сроки выполнения работ по подготовке сценарного материала, оценивает качество сценарного материала, в случае необходимости формулирует требования по	Студент эффективно выполняет функции по инициированию творческих идей для создания нового продукта

необходимых изменений	доработке и внесению необходимых изменений	
-----------------------	---	--

3.3 Шкала перевода баллов по дисциплинам с оценкой (экзамен или дифференцированный зачёт) для уровней образования бакалавриата и специалитета по очной форме обучения.

Согласно приказу №306 от 06.09.2019г «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний обучающихся» в институте установлена следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

Количество баллов	Экзаменационная оценка	
	прописью	буквой
96 – 100	отлично	A
86-95	отлично	B
71 – 85	хорошо	C
61 – 70	хорошо	D
51 – 60	удовлетворительно	E
0 – 50	неудовлетворительно	EX