

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

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

ФТД.02 «Разработка медийных интернет - проектов»

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-7	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, презентационных материалов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы	ПК-7.1	Способен применять законодательство Российской Федерации о рекламе, методы проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологии медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основы компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, технические средства телерадиовещания, передовой отечественный и зарубежный опыт производства и продвижения продукции телерадиовещания
		ПК-7.2	Способен выполнять функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.

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. Элементы и инструменты проектной деятельности в медиа

1. Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований. Постановка цели и задач медиа- проекта. Содержание проекта и способы его фиксации. Принципы и методы планирования медиапроекта.
2. Технологии генерации, отбора проектов и предварительных исследований. Постановка цели и задач медиа- проекта. Содержание проекта и способы его фиксации. Принципы и методы планирования медиапроекта

Тема 2. Экономика и организация медиапроекта

1. Анализ рисков и ограничений медиапроекта.
2. Технологии бюджетирования медиапроекта.
3. Создание организационной структуры медиапроекта.
4. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта

Тема 3. Современные технологии проектирования медиапроектов

1. Технологии проектирования медиапроектов. Интерактивное вещание. Мобильные приложения.
2. Мультимедийные проекты как высокотехнологичный способ продвижения эфирных продуктов в не эфирной среде

Тема 4. Идея и план медиапроекта. Используемые программные средства, ресурсы, информационные источники медиапроектов

1. Формирование концепции проекта. Моделирование действия проекта.
2. Бизнес-процесс.
3. Печатные СМИ как платформа для развития медиапроекта. Медиаиндустрия и телевидение: жанры, форматы ТВ-проектов. Медиаиндустрия и радио, особенности платформы. Электронные СМИ.
4. Технологии медиапроекта. Основные элементы медиапроекта. Название проекта. Подзаголовок. Девиз (афоризм).
5. Текстовое наполнение персонального сайта. Фото на главную страницу проекта. Рисунок (логотип). Текст для главной страницы сайта. Меню всех разделов (остальных страниц). Фоновые рисунки или обои. Орнамент и элементы оформления.
6. Содержание баннера или бегущей строки. Содержание авторской страницы сайта. Содержание фотоальбома. Содержание деловой (научной) страницы. Содержание анкет опроса. Содержание музыкально-художественной страницы сайта.
7. Сценарий тематического познавательного сайта. Содержание презентации к собственной лекции. Схема дистанционного гипертекстового курса по своей теме. Познавательный видеофрагмент.
8. Схема интерактивного использования удаленных приложений. Дикторский текст звукового сопровождения. Содержание (текст) интерактивного форума. Схема использования интерактивной доски.

Тема 5. Создание учебной презентации (MS Power Point)

1. Возможности среды MS PowerPoint. Анимационные презентации.
2. Графические презентации и слайды. Интерактивные слайды. Инструменты в приложении PowerPoint. Элементы окна.
3. Режимы работы PowerPoint. Шаблоны оформления. Вставка слайда. Разметка слайда и ввод данных. Сортировка слайдов. Цветовые схемы. Отображение образца слайдов. Вставка графики на слайд. Гиперссылка. Управляющие кнопки. Электронная презентация. Эффекты анимации.

Тема 6. Подготовка презентации собственного медиапроекта: планпроект, презентация, защита

1. Типологическая структура современного медиапространства.
2. Этапы разработки проекта.
3. Содержательные компоненты медиапроекта.
4. Исследовательский и аналитический сегмента стратегии медиа-проектирования.
5. Требования к публичной презентации медиапроекта.

2.1.2 Устный опрос. Вопросы для фронтального опроса

1. Понятие интернет-сайт.
2. Механизм функционирования интернет-сайта.
3. Критерии эффективного сайта.
4. Элементы сайта.
5. Дизайн сайта.
6. Кроссбраузерность.
7. Адаптивная верстка.
8. Контент сайта.
9. Требования к наполнению сайта.
10. Юзабилити и его значение.
11. Основные виды сайтов организаций.
12. Landing page как важный инструмент продаж.
13. Инструменты создания посадочных страниц
14. Понятие продвижения.
15. Поисковая оптимизация.
16. Ссылочная масса.
17. Семантическое ядро и иные понятия продвижения.
18. Способы продвижения сайтов.
19. Виды продвижения и оплата за продвижение.
20. Видимость сайта.

21. Эффективные показы.
22. Поисковые системы и поисковые запросы.
23. Пассивное продвижение.
24. Выбор SEO-оптимизатора.
25. Отчет о продвижении сайта
26. Основные инструменты аналитики: Google Analytics и Yandex Метрика.
27. CTR и CR как основные показатели эффективности интернет-рекламы.
28. Оценка поведения пользователя при работе с целевой страницей.
29. A/B тестирование как инструмент повышения конверсии.

2.1.3 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Направления дискуссий

1. Структура глобальной сети.
2. Перспективы развития, основные направления новых исследований.
3. Функции федеральных, региональных и местных узлов.
4. Определение провайдера. Необходимое оборудование. Виды услуг и сервисов провайдера
5. VPN. Принципы создания виртуально независимого канала интернет.
6. Криптошлюз.
7. Организация доступа через сервер безопасности.
8. Демилитаризованная зона.
9. Прикладные сервисы Intranet.
10. Многоуровневые гетерогенные интерфейсы для организации обработки запроса клиента по протоколу http

2.1.4 Дискуссии по вопросам для текущего контроля. Тематика дискуссий

1. Вирусная реклама.
2. Реклама в мобильных приложениях.
3. Контекстная реклама.
4. Сегментирование аудитории.
5. Построение воронки продаж.
6. Правила составления объявления.
7. Специальное размещение.
8. Система торгов.
9. Баннерная интернет-реклама.
10. Различия соцсетей в зависимости от их функций и популярности.
11. Создание и продвижение тематической группы.
12. Посты и рассылка приглашений.
13. Реклама в социальных сетях.
14. PR-мероприятия в соцсетях.
15. SMO.
16. Работа с лидерами мнений в социальных медиа
17. Интернет-магазин
18. Медиапортал.
19. Корпоративная социальная сеть
20. Корпоративный имиджевый проект
21. Корпоративный информационный проект

2.1.5 Проектные задания по вопросам для текущего контроля

Студенту необходимо выполнить проектное задание в течение изучения дисциплины и провести публичную презентацию результатов в рамках практических занятий. Задание выполняется под кураторством преподавателя.

Задание 1. Определить направление, идею, миссию медийного интернет-проекта.

Разработать карту целей и задач авторского проекта медийного интернет-проекта.

Задание 2. Разработать план реализации медийного интернет-проекта.

Задание 3. Разработка и презентация содержательной модели медийного интернет-проекта: рубрикатор, программа, содержание (в зависимости от вида проекта), гид по стилю, анализ возможных рисков и ограничений, бюджета, описание процессов, проект штатного расписания.

Задание 4. Опираясь на результаты выполнения предыдущих заданий, подготовьте пилотную версию медийного интернет-проекта.

2.2 Оценочные средства по дисциплине для промежуточной аттестации

2.2.1 Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Формирование концепции проекта.
2. Моделирование действия проекта.
3. Бизнес- процесс.
4. Печатные СМИ как платформа для развития медиапроекта.
5. Медиаиндустрия и телевидение: жанры, форматы ТВ-проектов.
6. Медиаиндустрия и радио, особенности платформы.
7. Электронные СМИ.
8. Технологии медиапроекта.
9. Основные элементы медиапроекта.
10. Анимационные презентации.
11. Графические презентации и слайды.
12. Интер-активные слайды.
13. Инструменты в приложении PowerPoint.
14. Типологическая структура современного медиaproстранства.
15. Этапы разработки проекта.
16. Содержательные компоненты медиапроекта.
17. Анализ рисков и ограничений медиапроекта.
18. Технологии бюджетирования медиапроекта.
19. Создание организационной структуры медиапроекта.
20. Моделирование продвижения и распространения медиапродукта

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 (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов
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).
Зачет	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-7.1: Владеет законодательством Российской Федерации о рекламе, методами проведения рекламных кампаний, включая сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами	Студент определяет сетевые возможности продвижения контента, технологиями медиапроизводства, программное обеспечение и аппаратные средства мультимедиа, основами компьютерной графики и анимации, компьютерные	Студент эффективно осуществляет антикризисные коммуникации.

компьютерной графики и анимации, компьютерные музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм, техническими средствами телерадиовещания, передовым отечественным и зарубежным опытом производства и продвижения продукции телерадиовещания	музыкальные технологии и звуковой дизайн мультимедиапрограмм	
ПК-7.2: Выполняет функции по формированию рекомендаций для создания промороликов, разработке маркетинговых планов продвижения продукции самостоятельно или совместно с отделом маркетинга/рекламы, созданию презентационного/рекламного материала, организации проведения рекламных кампаний совместно с подразделением маркетинга, ведению переговоров с представителями телеканалов/радиостанций для согласования сетки вещания, организации творческого и производственного процессов, рациональной расстановке кадров, координации деятельности основного и вспомогательного состава рабочей группы для выполнения комплекса работ на протяжении всего производственного процесса.	Студент формирует рекомендации для создания промороликов	Студент эффективно и реализует разрабатывает маркетинговые планы продвижения продукции в кризисных условиях

3.3 Оценка результатов производится на основе балльно-рейтинговой системы (БРС). Использование БРС осуществляется в соответствии с приказом от 06 сентября 2019 г. №306 «О применении балльно-рейтинговой системы оценки знаний студентов». БРС по дисциплине отражена в схеме расчетов рейтинговых баллов (далее – схема расчетов).

Схема расчетов сформирована в соответствии с учебным планом направления, согласована с руководителем научно-образовательного направления, утверждена деканом факультета. Схема расчетов доводится до сведения студентов на первом занятии по данной дисциплине. Схема расчетов является составной частью рабочей программы дисциплины и содержит информацию по изучению дисциплины, указанную в Положении о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС.

Расчет итоговой рейтинговой оценки

от 0 до 50 баллов	«не зачтено»
от 51 до 100 баллов	«зачтено»