

Документ подписан простой электронной подписью  
Информация о владельце:  
ФИО: Андрей Драгомирович Хлутков  
Должность: директор  
Дата подписания: 18.05.2026 15:05:52  
Уникальный программный ключ:  
880f7c07c583b07b775f6604a630281b13ca9fd2

Приложение 4  
к образовательной программе

## **РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

Б1.В.16 «Технологии создания он-лайнных медиапроектов»  
(индекс, наименование дисциплины в соответствии с учебным  
планом)

42.03.05 «Медиакоммуникации»  
(код, наименование направления подготовки/специальности)

Медиапродюсирование и медиаменеджмент  
(наименование образовательной программы)

очная  
(форма обучения)

2026

Санкт-Петербург

**Автор(ы)-составитель(и) РПД:**

Юмашева И.А., к.пед.н., доцент кафедры журналистики и медиакоммуникаций

**Заведующий кафедрой:**

Ким М.Н., д.ф.н., профессор, заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Рабочая программа дисциплины Б1.В.16 «Технологии создания онлайн-медиапроектов» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций факультета социальных технологий Северо-западного института управления.

протокол № 4 от «09» апреля 2026 г.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

**1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы**

Дисциплина Б1.В.16 «Технологии создания он-лайновых медиапроектов» обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций\*:

<b>ОТФ/ТФ и реквизиты ПС</b> <i>(при наличии)**</i>	<b>Код компетенции</b> <b>**</b>	<b>Наименование Компетенции</b> <b>**</b>	<b>Код индикатора достижения компетенций</b> <b>**</b>	<b>Наименование индикатора достижения компетенций</b> <b>**</b>	<b>Образовательный результат</b> <b>**</b>
А/01.6; 02.6; 07.6 Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой	ПК-5	Способен выполнять организационно-управленческие функции по разработке и реализации проекта сценарного материала	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	ПК-5.1. 3-1. Знает методы проверки и оценки достоверности информации
					ПК-5.1. 3-4. Знает требования к формату материала
					ПК-5.1. У-3. Умеет использовать методы обработки и редактирования информации с использованием современных технических средств
				Выполняет	ПК-5.1. 3-1.

ПК-5.2.	<p>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</p>	Знает грамматику и стилистику русского и иностранного языка, необходимого для осуществления трудовых обязанностей
		ПК-5.2. 3-2. Знает информационную специализацию СМИ
		ПК-5.2. 3-3. Знает принципы построения материалов в соответствии с законами жанра
		ПК-5.2. 3-4. Знает основы линейного и нелинейного монтажа
		ПК-5.2. У-1. Умеет выстраивать сюжет материала согласно сценарным законам
ПК-5.2. У-2. Умеет расставлять акценты на значимых деталях в итоговом материале		
ПК-5.2. У-3. Умеет формулировать		

					заголовок для материала
					ПК-5.2. У-4. Умеет готовить материалы в соответствии с требованиями редакции

*\* Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*\*\* Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

## **2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы**

### **Объем дисциплины**

Общий объем дисциплины составляет 5 зачетных единицы; 180 академических часов.

Объем академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) составляет 83 акад. часа и на самостоятельную работу обучающихся – 79 акад. часа. Самостоятельная работа на подготовку к экзамену – 18 акад. ч. Консультации перед экзаменом – 2 акад. ч. Контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий – 9 акад. ч.

Учебная дисциплина Б1.В.16 «Технологии создания он-лайн-медиапроектов» (8 семестр) относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникация».

### **Место дисциплины в структуре ОП ВО**

Дисциплина реализуется с применением дистанционных образовательных технологий (далее – ДОТ).

Знания, умения и навыки, полученные при изучении дисциплины, используются студентами при выполнении выпускных квалификационных работ, а также в дальнейшей практической коммуникационной деятельности.

Дисциплина Б1.В.16 «Технологии создания он-лайн-медиапроектов» изучается на базе знаний, полученных в процессе изучения следующих профессиональных дисциплин: «Лаборатория контент-менеджмента (творческие студии)», «Лаборатория медиадизайна (творческие студии)», изучается параллельно с профессиональной дисциплиной «Продюсирование медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого

устройства на портале: <https://sziu-de.ranepa.ru/>. Пароль и логин к личному кабинету / профилю предоставляется студенту в деканате.

Все формы текущего контроля, проводимые в системе дистанционного обучения, оцениваются в системе дистанционного обучения. Доступ к видео и материалам лекций предоставляется в течение всего семестра. Доступ к каждому виду работ и количество попыток на выполнение задания предоставляется на ограниченное время согласно регламенту дисциплины, опубликованному в СДО. Преподаватель оценивает выполненные обучающимся работы не позднее 10 рабочих дней после окончания срока выполнения.

### 3. Содержание и структура дисциплины

#### 3.1. Структура дисциплины

Очная

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час										Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации		
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий							Самостоятельная работа					
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тЭК	К о н т р о л ь	СРкр		СРэк	СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Понятие онлайн-медиапроект. Элементы онлайн-медиапроекта.	10	3			3									УО

Тема 2	Типы он-лайн-медиапроектов. Специфика работы над он-лайн-медиапроектом: мониторинг рынка цифровых медиапроектов.	12	3			3						6	УО
Тема 3	Планирование он-лайн-медиапроекта. Разновидности мультимедийного контента в рамках он-лайн-медиапроекта.	12	3			3						6	УО
Тема 4	Ресурсы и бюджет он-лайн-медиапроекта.	12	3			3						6	УО

Тема 5	Инструменты для создания он-лайнowych медиапроектов. Основы UX/UI.	12	3			3							6	УО
Тема 6	Запуск и продвижение он-лайнowego медиапроекта.	12	3			3							6	УО
Тема 7	Запуск пилотной версии он-лайнowego медиапроекта	12	3			3							6	УО
Тема 8	Работа с мультимедийным и видео контентом: этапы и основные принципы создания.	12	3			3							6	УО
Тема 9	Основы взаимодействия интерактив	12	3			3							6	УО

	ных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках он-лайнного медиапроекта.													
Тема 10	Интерактивные иллюстрации и как часть он-лайнного медиапроекта.	12	3			3							6	УО
Тема 11	Аудиовизуальный контент как элемент он-лайнного медиапроекта	12	3			3							6	УО, Д
Тема 12	Методы оценки эффективности он-лайнного медиапроекта.	21	3			3							15	УО

Промежуточная аттестация	38							9	2		18		Экзамен
<b>Итого</b>	180	36				36						79	

*Используемые сокращения:*

Л – лекции - занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации обучающимся педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях,).

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

УО – устный опрос

## **3.2. Содержание дисциплины**

### ***Тема 1. Понятие он-лайнный медиапроект. Элементы он-лайнного медиапроекта (ПК-5.1.).***

Цель и задачи онлайнного медиапроектирования. Сущностные характеристики онлайнного медиапроекта. Технологические этапы онлайнного медиапроекта. Принципы отбора инструментов для онлайнного медиапроекта. Использование технологий социального проектирования в онлайнном медиапроекте.

Этапы генерации и отбора идей онлайнного медиапроекта. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в онлайнном медиапроектировании. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.). Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории онлайнного медиапроекта.

### ***Тема 2. Типы он-лайнных медиапроектов. Специфика работы над он-лайнным медиапроектом: мониторинг рынка цифровых медиапроектов (ПК-5.1.).***

Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.

Алгоритмы создания онлайнного медиапроекта. Основные шаги мониторинга рынка онлайнных медиапроектов. Шаги создания онлайнного проекта на основе результатов мониторинга. Разделение на рабочие группы. Выбор темы для будущего проекта.

### ***Тема 3. Планирование он-лайнного медиапроекта. Разновидности мультимедийного контента в рамках он-лайнного медиапроекта(ПК-5.1.)***

Идея, цель и ожидаемый результат онлайнного медиапроекта. Интервью. Опрос. Customer Development. Основные этапы планирования онлайнного медиапроекта.

Мультимедийный контент как часть онлайнного медиапроекта: фото, видео, графика, инфографика. Подробные характеристики мультимедиа. Роль текста в мультимедийных материалах.

### ***Тема 4. Ресурсы и бюджет он-лайнного медиапроекта (ПК-5.2.).***

Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации онлайнного медиапроекта. Виды бюджетирования онлайнного медиапроекта. Методы составления бюджета онлайнного медиапроекта.

***Тема 5. Инструменты для создания он-лайнowych медиапроектов.  
Основы UX/UI (ПК-5.2.).***

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

***Тема 6. Запуск и продвижение он-лайн-ового медиапроекта (ПК-5.2.).***

Основные параметры продвижения онлайн-медиапроектов. Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование.

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 он-лайн-ового медиапроекта(ПК-5.2.)***

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

***Тема 8. Работа с мультимедийным и видео контентом: этапы и основные принципы создания (ПК-5.2.).***

Последовательность работы над мультимедийными элементами цифрового медиапроекта. Разбор ошибок, разбор удачных кейсов.

Специфические особенности видео-контента онлайн-медиапроекта: жанры и форматы. Разработка идеи, составление сценарной заявки, эпизодный план видеоролика, написание сценария. Подготовка к съемке. Баланс белого, композиция кадра, правило третей, планы видеосъемки. Основные сложности в процессе съемки.

Анализ последних трендов в видеосъемке.

***Тема 9. Основы взаимодействия интерактивных мультимедийных элементов с текстовыми в рамках он-лайн-ового медиапроекта (ПК-5.2.).***

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

### ***Тема 10. Интерактивные иллюстрации как часть он-лайнного медиапроекта (ПК-5.2.).***

Работа с инструментами и сервисами для создания интерактивной иллюстрации.

### ***Тема 11. Аудиовизуальный контент как элемент он-лайнного медиапроекта (ПК-5.2.)***

Роль аудиовизуального контента в рамках онлайнного медиапроекта. Аудиовизуальный контент и аналитические фильтры аудитории (теор. аспект). Работа с инструментами и сервисами для создания аудиовизуального контента.

### ***Тема 12. Методы оценки эффективности он-лайнного медиапроекта(ПК-5.2.)***

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

## **4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания**

1.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.16 «Технологии создания он-лайнных медиапроектов» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа – это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

#### 4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</li> <li>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</li> <li>3. Выбрать один верный ответ.</li> <li>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов.</li> <li>2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д.</li> <li>3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов.</li> <li>4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4).</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов.</li> </ol>	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

<p>правильных ответов из нескольких вариантов предложенных</p>		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	<p>одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)</p>
<p>Задание закрытого типа на установление последовательности</p>	<p>Прочитайте текст и установите последовательность</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр</p>
<p>Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора</p>	<p>Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа</p>	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	<p>Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа</p>

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</li> <li>2. Продумать логику и полноту ответа.</li> <li>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</li> <li>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</li> </ol>	<p>Ответ считается верным:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Отсутствие фактических ошибок.</li> <li>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</li> <li>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</li> <li>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</li> </ol>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для традиционной системы	Для бинарной системы
95-100	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
85-94			B	P/ Passed
75-84	Хорошо		C	P/ Passed
65-74			D	P/ Passed
55-64			E	P/ Passed
0-54	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100 баллов	100 баллов

## 5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

*Устный опрос, дискуссия*

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

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

Вопросы для опроса:

*Вопрос 1.* Цель и задачи онлайн-медиапроектирования.

*Вопрос 2.* Сущностные характеристики онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 3.* Технологические этапы онлайн-медиапроекта.

Принципы отбора инструментов для онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 4.* Использование технологий социального проектирования в онлайн-медиапроекте.

*Вопрос 6.* Этапы генерации и отбора идей онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 7.* Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка.

*Вопрос 8.* Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в онлайн-медиапроектировании.

*Вопрос 9.* Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши.

*Вопрос 10.* Использование исследований профессиональных медиааудиторов (TNS Gallup Media и т.д.).

*Вопрос 11.* Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории онлайн-медиапроекта.

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

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Цифровые продукты. Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.

*Вопрос 2.* Алгоритмы создания онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 3.* Основные шаги мониторинга рынка онлайн-медиапроектов.

*Вопрос 4.* Шаги создания онлайн-медиапроекта на основе результатов мониторинга.

*Вопрос 5.* Разделение на рабочие группы.

*Вопрос 6.* Выбор темы для будущего проекта.

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

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Идея, цель и ожидаемый результат онлайн-медиапроекта. Интервью. Опрос. Customer Development.

*Вопрос 2.* Основные этапы планирования онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 3.* Мультимедийный контент как часть онлайн-медиапроекта: фото, видео, графика, инфографика.

*Вопрос 4.* Подробные характеристики мультимедиа.

*Вопрос 5.* Роль текста в мультимедийных материалах.

## **Тема 4. Ресурсы и бюджет онлайн-медиапроекта**

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Классификация ресурсов и составление бюджета для реализации онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 2.* Виды бюджетирования онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 3.* Методы составления бюджета онлайн-медиапроекта.

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

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Набор онлайн-сервисов и приложений, с помощью которых можно самостоятельно создать онлайн-медиапроект.

*Вопрос 2.* Основные параметры опыта взаимодействия пользователей (UX) и пользовательского интерфейса (UI) в цифровых продуктах.

## **Тема 6. Запуск и продвижение онлайн-медиапроекта**

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Основные параметры продвижения онлайн-медиапроектов.

*Вопрос 2.* Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование.

*Вопрос 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**

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Разработка общей коммуникационной стратегии и разбивка ее на этапы.

*Вопрос 2.* Особенности менеджмента на этапе стартапа.

*Вопрос 3.* "Безаудиторные" пилотные версии.

*Вопрос 4.* Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории.

*Вопрос 5.* Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию.

*Вопрос 6.* Пилотные версии, направленные на полную аудиторию.

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

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Последовательность работы над мультимедийными элементами цифрового медиапроекта. Разбор ошибок, разбор удачных кейсов.

*Вопрос 2.* Специфические особенности видео-контента онлайн-медиапроекта: жанры и форматы.

*Вопрос 3.* Разработка идеи, составление сценарной заявки, поэпизодный план видеоролика, написание сценария.

*Вопрос 4.* Подготовка к съемке. Баланс белого, композиция кадра, правило третей, планы видеосъемки. Основные сложности в процессе съемки.

*Вопрос 5.* Анализ последних трендов в видеосъемке.

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

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Принципы взаимодействия мультимедийного контента и текстовых элементов онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 2.* Успешные кейсы, разбор неудачных кейсов.

### **Тема 10. Интерактивные иллюстрации как часть онлайн-медиапроекта**

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Работа с инструментами и сервисами для создания интерактивной иллюстрации.

*Вопрос 2.* Специфика сервисов для создания интерактивной иллюстрации

### **Тема 11. Аудиовизуальный контент как элемент онлайн-медиапроекта**

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Роль аудиовизуального контента в рамках онлайн-медиапроекта.

*Вопрос 2.* Аудиовизуальный контент и аналитические фильтры аудитории (теор. аспект).

*Вопрос 3.* Работа с инструментами и сервисами для создания аудиовизуального контента.

### **Тема 12. Методы оценки эффективности онлайн-медиапроекта**

*Вопросы для опроса:*

*Вопрос 1.* Формальные и неформальные методы.

*Вопрос 2.* Типы индикаторов, их выбор для оценки. Количественные индикаторы. Качественные индикаторы.

*Вопрос 3.* Perfectness Rate. Анализ эффективности социальных медиапроектов.

*Вопросы для дискуссии:*

*Вопрос 4.* Показатели коммерческой эффективности.

*Вопрос 5.* Показатели экономической эффективности.

*Вопрос 6.* Показатели бюджетной эффективности.

*Вопрос 7.* Анализ отчета, выявление сильных и слабых сторон проекта.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,3	30
КТ 2	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ x Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

#### **КТ – 1.**

##### ***Тема 1, Тема 2, Тема 3***

##### **Устный опрос:**

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.

**КТ – 2.**

*Тема 4, Тема 5, Тема 6*

Устный опрос:

1. Режиссура мультимедийной истории.
2. Базовые понятия: мультимедийный кадр, монтаж, планирование мультимедийной истории, выбор мультимедийного формата, проверка цельности плана.
3. Алгоритм создания мультимедийного проекта и мультимедийное кураторство.
4. Специфика работы над цифровым медиапроектом.
5. Мониторинг рынка цифровых медиапроектов.
6. Актуальность, аудитория, бюджет, производственные ресурсы онлайн-медиапроекта.
7. Визуализация макета будущего онлайн-медиапроекта.
8. Разновидности мультимедийного контента в рамках онлайн-медиапроекта.
9. Текст как элемент цифрового медиапроекта.

**КТ – 3.**

*Тема 7, Тема 8, Тема 9, Тема 10, Тема 11, Тема 12*

Устный опрос:

1. Фотоиллюстрации как элемент онлайн-медиапроекта.
2. Моушн -графика как часть онлайн-медиапроекта.
3. Интерактивные карты как часть онлайн-медиапроекта.
4. Аудиовизуальный контент как элемент онлайн-медиапроекта.
5. Веб -дизайн как неотъемлемая часть онлайн-медиапроекта.
6. Видеоконтент как элемент онлайн-медиапроекта: сценарный замысел, основы съемки.
7. Видеоконтент как элемент онлайн-медиапроекта: расшифровка и анализ отснятого материала, теория и практика нелинейного монтажа.
8. Видеоконтент как элемент онлайн-медиапроекта: работа с графикой.
9. Работа с инструментами и платформами для верстки мультимедийного произведения: создание драфтовой версии проекта.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

*1. Критерии оценивания устного ответа:*

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
<i>Содержание и раскрытие темы</i>	<i>0-20</i>	<i>Детальное, последовательное описание всех содержательных элементов вопроса с конкретными примерами</i>
<i>Грамотность изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Соблюдены все правила грамматики, орфографии и пунктуации</i>
<i>Стилистика</i>	<i>0-20</i>	<i>Единый стиль изложения, точные формулировки, уместное использование терминов, лаконичность</i>
<i>Логика изложения</i>	<i>0-20</i>	<i>Чёткая последовательность изложения, логические связи между частями текста, аргументы подтверждают выводы</i>
<i>Оригинальность</i>	<i>0-20</i>	<i>Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора</i>
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

*Дополнительных материалов и оборудования не требуется.*

**6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине**

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме экзамен.

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

*Перечень вопросов 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.

### Тема 1- Тема 3. (ПК-5.1).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа На стадии разработки медиапроекта 1.расходуется 9-15% ресурсов проекта 2.расходуется 65-80% ресурсов проекта 3.ресурсы проекта не расходуются
Закрытое (с выбором)	Выберите один вариант ответа	Выберите один вариант ответа Какую роль играют аналитические инструменты в социальном медиа маркетинге? 1.Помогают измерить и оценить эффективность кампаний 2.Создают автоматические ответы на комментарии А. 3.Увеличивают количество подписчиков 4.Заменяют необходимость в регулярном обновлении контента
Закрытое сопоставление) (на	Соотнесите нормативный/законодательный акт и его значение	Выберите один правильный ответ: Какую роль играют отзывы и комментарии в социальных медиа? 1.Улучшение дизайна профиля 2.Увеличение частоты публикаций 3.Создание взаимодействия и обсуждения с аудиторией 4.Повышение органической видимости
Закрытое сопоставление) (на	Соотнесите понятие и их характеристики	Выберите правильный вариант ответа: Что такое «коллаборации» в социальных медиа? 1.Обмен подарками между подписчиками 2.Создание фейковых аккаунтов для увеличения популярности 3.Совместные проекты и сотрудничество с другими пользователями 4.Использование сленга и арго в комментариях

### Тема 4 - Тема 12. (ПК-5.2).

Тип	Инструкция	Тестовый вопрос
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между термином и датой его официального введения	Найди соответствие между понятиями и их содержанием: 1) контент-календарь 2) SmartIndex 3) пост продакшн А. Стандарт медиаизмерений аудиторий наружной рекламы Б. Расписание и план публикаций контента в течение определенного периода времени В. Обработка и финальная сборка созданного медиконтента
Закрытое сопоставление) (на	Установите соответствие между утверждением и верным ответом	Найдите соответствие определений и их описания: 1) продакшн-дизайн 2) смета расходов 3) call tracking А. документ является основой для оценки и контроля бюджета медиапроекта Б. метод учета офлайн-конверсий в интернет-маркетинге, это технология, которая делает

		возможной бизнес-модель «реклама с оплатой за звонок», позволяя связать количество входящих звонков с эффективностью рекламного канала, а также предоставляя дополнительную информацию о телефонных звонках В. Создание визуального стиля и облика проекта
Открытое дополнение)	(на Дополните утверждение	Дополните утверждение ..... - платформа для создания мультимедийного медиапроекта.
Открытое дополнение)	(на Дополните утверждение	Дополните утверждение _____ - это найм временных сотрудников для конкретного медиапроекта
Открытое развернутым ответом)	(с Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой Lumen5
Открытое развернутым ответом)	(с Дайте развернутый ответ	Дайте развернутый ответ, что представляет собой unique content creation

### 6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС.

*Критерии и балльная шкала определяются преподавателем*

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
<i>Дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленный вопрос, где он продемонстрировал знания предмета в полном объеме учебной программы, достаточно глубоко осмысливает дисциплину, самостоятельно, и исчерпывающе отвечает на дополнительные вопросы, приводит собственные примеры по проблематике поставленного вопроса, решил предложенные практические задания без ошибок</i>	40
<i>Дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и семинарских занятиях, а также полученные посредством изучения обязательных учебных материалов по курсу, дает аргументированные ответы, приводит примеры, в ответе присутствует свободное владение монологической речью, логичность и последовательность ответа. Однако допускается неточность в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</i>	30-39
<i>Дан ответ, свидетельствующий в основном о знании процессов изучаемой дисциплины, отличающийся недостаточной глубиной и полнотой раскрытия темы, знанием основных вопросов теории, слабо сформированными навыками анализа явлений, процессов, недостаточным умением давать аргументированные ответы и приводить примеры, недостаточно свободным владением монологической речью, логичностью и последовательностью ответа. Допускается несколько ошибок в содержании ответа и</i>	20-29

<i>решении практических заданий.</i>	
<i>Дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, несформированными навыками анализа явлений, процессов, неумением давать аргументированные ответы, слабым владением монологической речью, отсутствием логичности и последовательности. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено, т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.</i>	0-19

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

*Дополнительных материалов и оборудования не требуется.*

## **7. Методические материалы по освоению дисциплины**

Устный опрос. Этот вид работы предусмотрен на семинарских занятиях и включает в себя ответы на вопросы и ответы при проверке заданий. Студенты распределяют в группе вопросы из списка вопросов для обсуждения в плане каждого семинарского занятия. Ответ на вопрос должен быть кратким, по существу и, как правило, не превышающим 3-х минут монологической речи. Готовиться к устному опросу по планам семинаров следует по списку основной и дополнительной литературы. Ответ студента при проверке письменного домашнего задания из плана семинарского занятия является разновидностью устного опроса. На семинарских занятиях также предусмотрены дополнительные, кроме домашней работы, задания, собеседование по дополнительным вопросам и дополнительным заданиям на семинарских занятиях рассматривается как устный опрос.

Промежуточная аттестация в системе ДОТ. Консультация к экзамену пройдет в виде онлайн-встречи в приложении Office 365 «Teams». Приложение рекомендуется установить локально. Студент должен войти в систему с помощью учетной записи Office 365 РАНХиГС, чтобы обеспечить базовую проверку личности.

Экзамен будет проходить в форме устного опроса по списку вопросов к экзамену и выполнения одного практического задания.

Для обеспечения видео- и аудио связи на мероприятии студент должен иметь камеру и микрофон, подключенные к его персональному компьютеру, планшет или смартфон.

Отсутствие у студента технических возможностей рассматривается как уважительная причина. При этом сроки проведения зачета могут быть перенесены по заявлению студента на имя декана факультета на период после окончания режима повышенной готовности.

За 10-15 минут до указанного времени начала мероприятия студент должен выйти на связь. Ему необходимо приготовить паспорт для идентификации личности.

В ходе подготовки ответа студент должен включить свои микрофоны и видеокамеры. Видеокамеру необходимо направить так, чтобы были хорошо видны лицо и руки студента. Студент должен следовать рекомендациям преподавателя.

В случае если действия студента не дают возможности преподавателю контролировать процесс добросовестного выполнения студентом заданий после получения задания для зачета, преподаватель имеет право выставить оценку «не зачтено».

В случае сбоев в работе оборудования или канала связи на протяжении более 15 минут со стороны преподавателя либо со стороны студента, преподаватель оставляет за собой право перенести проведение испытания на другой день.

Пофамильный список подгрупп для аттестации оглашается после консультации к зачету.

## **8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет**

### **8.1. Основная литература**

1. Винтер, Н. М. Технологии организационного проектирования : учебное пособие / Н. М. Винтер. — Москва : РТУ МИРЭА, 2021. — 67 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/218468> (дата обращения: 06.06.2025).

2. Кукушкина, В. А. Разработка художественно-конструкторских (дизайнерских) проектов в материале : учебное пособие / В. А. Кукушкина, Т. А. Сметанникова, Т. В. Ананьева. — Липецк : Липецкий ГТУ, 2022. — 77 с. — ISBN 978-5-00175-115-1. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/388010> (дата обращения: 06.06.2025).

### **8.2. Дополнительная литература**

1. Тертычный А.А. Аналитическая журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие для студентов вузов/ Тертычный А.А.— Электрон. текстовые данные.— М.: Аспект Пресс, 2013.— 352 с.— <http://www.iprbookshop.ru/8856.html>

2. Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2016. — 269 с.

<https://idp.nwipa.ru:2920/book/CE7E69D8-C5A8-4C4F-869B-E367698E81D3>)

### 8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

### 8.4 Интернет-ресурсы

<http://journalist-virt.ru> - сетевая версия журнала «Журналист».

<http://tv-digest.ru> - «ТВ-Дайджест» - российское сетевое издание о телевидении.

<http://www.kino-teatr.ru/> - «Кинотеатр.ру» - российский портал, посвященный театральной, кино- и медиакритике.

<https://tvkinoradio.ru/> - информационный портал для работников сферы кино, радио и телевидения.

<http://mediatoolbox.ru/> - ресурс, публикующий медиакритические материалы о сетевой журналистике.

<http://newreporter.org/> - «Новый репортер» - портал о новых медиа для профессионалов

<http://mediast.ancia.com/> - «Медиастанция» - ресурс о медиабизнесе для профессионалов.

<https://themediacenter/> - «Media and Journalism» - реферативный сборник зарубежного и российского опыта в медиаотрасли, созданный журналистом и медиаконсультантом Александром Амзиным.

<https://te-st.ru/> - «Теплица социальных технологий» - образовательный проект, направленный на развитие сотрудничества между журналистами и IT-специалистами.

<https://www.gazeta.ru/tech/online-smi/> - спецпроект Gazeta.ru «Новые медиа» о тенденциях в развитии сетевой журналистики.

<http://lgz.ru/tv/> - рубрика «Телеведение» в «Литературной газете».

<http://www.tv-digest.ru/> - «МедиаРевю» - первый российский сайт общественного медиамониторинга и медиакритики. 16. <http://www.sreda-mag.ru> «Среда» - российско-европейский журнал о медиа (электронная версия).

<http://www.tv-kritik.ru/forum/forumdisplay.php?f=18> - форум телезрителей «Телекритик.ру».

<http://mediakritika.by/> - тематический белорусский ресурс на русском языке, посвященный медиакритике.

<http://projectcensored.org/> - американский проект, посвященный медиакритике и медиграмотности.

<http://www.mediachannel.org/> - американский ресурс, посвященный профессиональной и массовой медиакритике.

<http://www.mrc.org> - «Центр медиаисследований» - американский ресурс, посвященный медиаграмотности

<https://www.cjr.org> - Columbia Journalism Review - американский профессиональный журнал, выпускаемый Высшей школой журналистики Колумбийского университета

## **9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы**

Курс включает использование программного обеспечения Microsoft Excel, Microsoft Word, Microsoft Power Point для подготовки текстового и табличного материала, графических иллюстраций.

Методы обучения предполагают использование информационных технологий (компьютерное тестирование, демонстрация мультимедийных материалов).

Задействованы Интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии, справочники, библиотеки, электронные учебные и учебно-методические материалы).

1.	Специализированные залы для проведения лекций, оборудованные мультимедийной техникой, позволяющей демонстрировать презентации и просматривать кино и видео материалы.
2.	Специализированная мебель и оргсредства: аудитории и компьютерные классы, оборудованные посадочными местами
3.	Технические средства обучения: Персональные компьютеры; компьютерные проекторы; звуковые динамики; программные средства, обеспечивающие просмотр видеофайлов в форматах AVI, MPEG-4, DivX, RMVB, WMV.