

**Федеральное государственное бюджетное образовательное  
учреждение высшего образования  
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА  
И ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ  
ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»**

**СЕВЕРО-ЗАПАДНЫЙ ИНСТИТУТ УПРАВЛЕНИЯ – ФИЛИАЛ РАНХиГС**

---

Кафедра журналистики и медиакommunikаций

УТВЕРЖДЕНО

Директор СЗИУ РАНХиГС  
Хлутков А.Д.

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Б1.В.ДВ.01.01 Лаборатория медиадизайна(творческие студии)**

*(индекс и наименование дисциплины (модуля), в соответствии с учебным планом)*

по направлению подготовки

**42.03.05 «Медиакommunikации»**

*(код и наименование направления подготовки (специальности))*

**Медиапродюсирование и медиаменеджмент**

*направленность(и) (профиль (и)/специализация(ии))*

**бакалавр**

*квалификация выпускника*

**очная**

*форма(ы) обучения*

Года набора 2025

Санкт-Петербург, 2023 г.

**Автор-составитель:**

кандид. филол. н., доцент кафедры  
журналистики и медиакоммуникаций

Пак Е.М.

Заведующий кафедрой журналистики и медиакоммуникаций

Ким М.Н.

РПД Б1.В.ДВ.01.01\_«Лаборатория медиадизайна (творческие студии)» одобрена на заседании кафедры журналистики и медиакоммуникаций. Протокол от 18 сентября 2023 г. № 9.

## СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы.....	4
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы.....	5
3. Содержание и структура дисциплины.....	6
4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся.....	8
5. Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине.....	9
6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины .....	13
7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	14
7.1. Основная литература.....	14
7.2. Дополнительная литература.....	14
7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы.....	14
7.4. Нормативные правовые документы.....	15
7.5. Интернет-ресурсы.....	15
8. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы.....	15

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Лаборатория медиадизайна (творческие студии)» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

Таблица 1

Код компетенции	Наименование компетенции	Код компонента освоения компетенции	Наименование компонента освоения компетенции
ПК-4	Способен осуществлять поиск идей/материалы и оценивать оригинальность идеи нового продукта, а также определять актуальность и целевую аудиторию нового продукта	ПК-4.1	Способен применять законодательство Российской Федерации и иные нормативные правовые акты, методические и нормативные документы, регламентирующие деятельность средств массовой информации; знания истории России, новейшей истории и основ международной политики; корпоративные требования к продуктам телерадиовещательных СМИ; современные информационно-коммуникационные технологии; информационную специализацию СМИ; знания о конъюнктуре медийного рынка, мировых тенденциях в медиаиндустрии
		ПК-4.2	Способен применять современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планировать освещение значимых событий; находить информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализировать социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделять ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозировать успешность будущего медиапродукта

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть:

Таблица 2

ОТФ/трудовые и профессиональные действия	Код компонента освоения компетенции	Результаты обучения
11.003/А Сбор, подготовка и представление актуальной информации для населения через средства массовой информации	ПК-4.1	владение знаниями о системных характеристиках медиа контента.
	ПК-4.1	владение знаниями о специфике управления контентом умение ориентироваться в законодательстве Российской Федерации и иных нормативных правовых актах, методических и нормативных документах, регламентирующих деятельность

		средств массовой информации; умение создавать гипертекст, формировать контент веб-издания в соответствии с требованиями актуальности, оперативности, мультиплатформатности владение навыками системного типологического анализа современных СМИ; владеть методикой работы с массовой информацией в мультимедийной, интерактивной среде
	ПК-4.2	знание специфики анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле Умение грамотно и профессионально проанализировать конкретный журналистский материал; Умение составить заявку на тему своего выступления в СМИ; спланировать творческий акт в целом и его отдельные операции Навык разработки концепции продвижения продукции любых СМИ и использования современных ИКТ для анализа информации из различных источников

## 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Учебная дисциплина Б1.В.ДВ.01.01 «Лаборатория медиадизайна (творческие студии)» относится к вариативным дисциплинам направлению подготовки бакалавров 42.03.05 «Медиакоммуникации».

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.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетные единицы, 180 акад. часов, семестр - 7.

**Таблица 3**

Вид работы	Трудоемкость (в акад./астр. часах)
<b>Общая трудоемкость</b>	180/135
<b>Контактная работа с преподавателем</b>	80/60
Лекции	-
Практические занятия	78/58,5
Лабораторные занятия	-
<b>Самостоятельная работа</b>	64/48
Контроль	36/27
Формы текущего контроля	Устный опрос, дискуссия, проектное задание
Консультация	2/1,5
<b>Вид промежуточного контроля</b>	Экзамен, 7 семестр

### **Место дисциплины.**

Дисциплина закладывает теоретический и методологический фундамент для овладения профессиональными дисциплинами: «Технологии создания он-лайнowych медиапроектов».

Доступ к системе дистанционных образовательных технологий осуществляется каждым обучающимся самостоятельно с любого устройства на портале: <https://szu-de.ganepa.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. Учебно-тематический план**

**Таблица 4**

№ п/п	Наименование тем	Объем дисциплины (модуля), час.						Форма текущего контроля успеваемости **, промежуточной аттестации
		Всего	Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий				СР	
			Л	ЛР	ПЗ	КСР		
Очная форма обучения								
Тема 1	Особенности медиадизайна	20	-		11		9	УО
Тема 2	Основные законы и правила композиции в дизайне	20	-		11		9	УО, Д*
Тема 3	Соотношение между изобразительными элементами в кадре	20	-		11		9	УО
Тема 4	Роль цвета в формировании дизайна и фирменного стиля	20	-		11		9	УО
Тема 5	Принципы оформления медиаконтента	20	-		11		9	УО, Д, Пр*
Тема 6	Шрифты в дизайне и принципы разработки фирменного знака	22	-		12		10	УО, Д*
Тема 7	Дизайн аудиовизуальных СМИ	20	-		11		9	УО, Д, Пр*
Контроль		36	-					
Промежуточная аттестация								экзамен
Консультация		2						
Всего (академ.час./астроном.час.):		180	-		78		64	

УО – устный опрос

Д – дискуссия,

Пр – проект.

### **3.2. Содержание дисциплины**

#### **Тема 1. Особенности медиадизайна.**

Медиадизайн как новый вид художественной выразительности. Виды и разновидности медиадизайна. Элементы медиадизайна. Требования, предъявляемые к медиадизайну.

Современные коммуникационные технологии как носители информации. Особенности цифровой обработки информации. Компьютерные технологии и новые инструменты современного дизайнера.

#### **Тема 2. Основные законы и правила композиции в дизайне.**

Закон цельности. Закон единства. Закон типизации. Закон подчиненности всех закономерностей и средств идейному замыслу. Закон соподчиненности.

Закон вертикали и горизонтали (креста), театральности, симметрии или зеркальности, фрагментарности. Закон четвертого измерения. Закон равновесия.

#### **Тема 3. Соотношение между изобразительными элементами в кадре**

Траектория движения. Правило золотого треугольника. Тональные соотношения, роль линий. Пропорция золотого сечения. Понятие «мажорной и минорной диагонали». Правило одной трети.

#### **Тема 4. Роль цвета в формировании дизайна и фирменного стиля**

Базовая триада цветоделения. Принципы цветовой доминанты. Цветовая дифференциация. Фактор эмоционального восприятия цвета. Цветовые эффекты.

#### **Тема 5. Принципы оформления медиаконтента**

Оформление медиаконтента: правила, принципы. Размещение медиаконтента. Принципиальные схемы верстки полос издания. Система форматов набора в печатных изданиях. Макеты – стандарты. Принципы рекламы.

#### **Тема 6. Шрифты в дизайне и принципы разработки фирменного знака.**

Виды шрифтов в системе дизайна. Шрифты с засечками (антиквенные) и без засечек (гротески). Шрифты свободного стиля (декоративные и рукописные).

Принципы разработки фирменного знака.

Средства достижения стилистического единства. Виды фирменного стиля.

#### **Тема 7. Дизайн аудиовизуальных СМИ**

Дизайн звукового ряда и видеоинформации. Теледизайн как новый вид выразительного искусства.

Дизайн аудиоклипов и видеороликов.

Принципы дизайна агрессивной рекламы.

Способы дизайна скрытой рекламы.

### **4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся**

#### **4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости обучающихся и промежуточной аттестации**

4.1.1. В ходе реализации Б1.В.ДВ.01.0 «Лаборатория медиадизайна (творческие студии)» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

– при проведении занятий лекционного типа: устный опрос;

– при проведении занятий семинарского типа: устный опрос, защита проектов, дискуссия.

На занятиях для решения воспитательных и учебных задач применяются следующие формы интерактивной работы: диалого-дискуссионное обсуждение проблем, поисковый метод, исследовательский метод, деловые игры, разбор конкретных ситуаций.

В случае реализации дисциплины в ДОТ формат заданий адаптированы для платформы Moodle.

#### ***4.2. Материалы текущего контроля успеваемости***

##### *Типовые вопросы для устного опроса*

1. Медиадизайн как новый вид художественной выразительности.
2. Виды и разновидности медиадизайна.
3. Элементы медиадизайна.
4. Требования, предъявляемые к медиадизайну.
5. Закон цельности.
6. Закон единства.
7. Закон типизации.
8. Закон подчиненности всех закономерностей и средств идейному замыслу.
9. Закон соподчиненности.
10. Траектория движения.
11. Правило золотого треугольника.
12. Тональные соотношения, роль линий.
13. Пропорция золотого сечения.
14. Базовая триада цветоделения.
15. Принципы цветовой доминанты.
16. Цветовая дифференциация.
17. Принципиальные схемы верстки полос издания.
18. Система форматов набора в печатных изданиях.
19. Макеты – стандарты.
20. Виды шрифтов в системе дизайна.
21. Шрифты с засечками (антиквенные) и без засечек (гротески).
22. Шрифты свободного стиля (декоративные и рукописные).
23. Дизайн звукового ряда и видеоинформации.
24. Теледизайн как новый вид выразительного искусства.
25. Дизайн аудиоклипов и видеороликов.

##### *Типовые вопросы для дискуссий*

1. Деловая графика.
2. Дизайн в кино, театре и на телевидении.
3. Особенности звуковой композиции. Нюансы наружной рекламы.
4. Интернет как новая среда аудиовизуальной культуры и общения.
5. Web-дизайн.
6. Статика и динамика дизайнерской композиции.
7. Ритм как средство гармонизации композиции.
8. Кадрирование композиции: глубина кадра, обрамление и масштаб. Горизонтальный и вертикальный формат.
9. Правило одной трети. Соотношение горизонтальных и вертикальных линий.
10. Динамика пространства кадра.



## Типовые задания для проекта

### Задание 1. Разработать дизайн медиаконтента с опорой на уникальную стратегию для сообщества в любой соц. сети

Контент-стратегия подразумевает собой информационные сообщения разнообразных форматов и последовательность их публикаций в социальной сети. Для понимания закономерностей построения контент-плана студентам предложено задание на закрепление и отработку знаний о том, как формировать рубрики, как взаимодействовать с аудиторией, как составлять контент-план публикаций для сообщества и др.

*Таблица 1. Рубрикатор для сообщества*

Название рубрики	Темы рубрики	Аудитория	Инсайт	Ожидаемый отклик	Описание дизайна, образцы

### 5.Оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

5.1 Экзамен проводится с применением следующих методов: устный опрос по билетам. Содержание билета по дисциплине состоит из двух вопросов, предполагающих знание теории.

В случае проведения промежуточной аттестации в дистанционном режиме используется платформа Moodle и Teams.

### 5.2. Оценочные материалы промежуточной аттестации

*Таблица 5*

Компонент компетенции	Промежуточный/ключевой индикатор оценивания	Критерий оценивания
ПК-4.1: Владеет законодательством Российской Федерации и иными нормативными правовыми актами, методическими и нормативными документами, регламентирующими деятельность средств массовой информации; историей России, новейшей истории и основами международной политики; корпоративными требованиями к продуктам телерадиовещательных СМИ; современными информационно-коммуникационными технологиями; информационной специализацией СМИ; конъюнктурой медийного рынка,	Студент определяет тип(ы) проекта(ов) для участия в них с учетом личностных, социальных и профессиональных интересов (социальные, направленные на развитие волонтерского движения; профессионально-ориентированные, направленные на самоопределение студентов и др.).	Студент адекватно осуществляет выбор типа проекта и степени (уровня) своего участия в проекте. Выражена готовность к сотрудничеству в различных группах (межпредметных) и определена ролевая позиция в группе по осуществлению проектов. Оптимально распределены обязанности по задачам и подзадачам в рамках цели проекта.

мировыми тенденциями в медиаиндустрии		
ПК-4.2: Применяет современные ИКТ для анализа информации из различных источников, определяет степень ее достоверности, ориентируется в новостном пространстве, информационном поле; планирует освещение значимых событий; находит информацию, выявляет и использует различные источники информации; анализирует социально значимые процессы и явления и по результатам анализа выделяет ключевые моменты в исходном материале для последующего использования в новом продукте; прогнозирует успешность будущего медиапродукта	Студент придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта	Студент полностью придерживается установленного графика в процессе создания журналистского текста и (или) продукта

### ***Перечень вопросов к экзамену***

1. Возникновение дизайна как профессиональной индустрии.
2. Дизайн-система «Реклама».
3. Художественное конструирование.
4. Инженерно-технический дизайн.
5. Арт-дизайн. Стайлинг.
6. Пикчерный дизайн.
7. Закон целостности композиции в дизайне.
8. Композиционная уравновешенность.
9. Элементы оформления газетной рекламы.
10. Элементы оформления плакатной графики.
11. Принципы цветовой доминанты.
12. Композиция рекламного обращения
13. Закон соразмерности.
14. Закон равновесия.
15. Закон соподчиненности.
16. Закон единства.
17. Ритм как средство гармонизации композиции.
18. Средство гармонизации композиции
19. Структурные элементы рекламного обращения и перцептивные характеристики аудитории.
20. Фирменный знак (принципы разработки).
21. Иллюстрация и дизайнерские технологии.
22. Роль слогана в рекламном сообщении.
23. Оформление заголовка и первой части основного текста.
24. Иллюстрация и заголовок.
25. Принципы построения динамической композиции.
26. Симметрия и асимметрия как инструментальный дизайнера.
27. Модульная сетка.
28. Дизайн материалов косвенной рекламы в СМИ.
29. Реклама в неспециализированных изданиях.
30. Принципиальное различие лисплей и рубричной рекламы.

31. Устойчивость положения элементов и уравновешенность композиции.
32. Базовая триада цветоделения.
33. Пропорция золотого сечения.
34. Вклад Джея Хэмбиджа в художественное конструирование.
35. Стандартное оформление фирменного блока.
36. Единая система пропорционирования знака, логотипа и фирменного блока.
37. Выбор гарнитуры текстового шрифта для рекламного обращения в прессе.
38. Функциональные характеристики фирменного стиля.
39. Средства достижения стилистического единства.
40. Телевизионный дизайн.
41. Дизайн-программирование.
42. Нон-дизайн.
43. Системный дизайн.
44. Типы конструкторской модели дизайна.

### ***Шкала оценивания***

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.

На основании п. 14 Положения о балльно-рейтинговой системе оценки знаний обучающихся в РАНХиГС в институте принята следующая шкала перевода оценки из многобалльной системы в пятибалльную:

#### Расчет итоговой рейтинговой оценки

***Таблица 6***

Количество баллов	Оценка	
	прописью	буквой
96-100	отлично	A
86-95	отлично	B
71-85	хорошо	C
61-70	хорошо	D
51-60	удовлетворительно	E

### ***Описание системы оценивания***

***Таблица 7***

<i>Оценочные средства  (формы текущего и промежуточного контроля)</i>	<i>Показатели оценки</i>	<i>Критерии оценки</i>
Устный опрос (по вопросам для устного опроса на семинарах)	Корректность и полнота ответов	Полный, развернутый и подкрепленный языковыми примерами ответ – 2 балла Неполный ответ – 1 балл Неверный ответ – 0 баллов
Защита проектов	Презентация по итогам разработки проекта защищена на семинарском занятии	Презентация выполнена без ошибок – 25 баллов  Презентация выполнена полностью, но отдельные фрагменты презентации содержат ошибки, защищены не все позиции презентации – 15 баллов  Задание не выполнено – 0 баллов
Дискуссия	1) соблюдение регламента (20 мин.); 2) характер источников (более трех источников); 3) подача материала (презентация); 4) ответы на вопросы (владение материалом).	Каждый критерий оценки доклада оценивается в 0,25 балла, максимум 1 балл за доклад. Допускается не более одного доклада в семестр, десяти докладов в год (всего до 10 баллов)
Экзамен	Корректность и полнота ответа с опорой на терминологический аппарат дисциплины и приведением языковых примеров	Полный иллюстрированный ответ – 8 баллов Неполный ответ с языковыми примерами – 6 баллов Неполный ответ без языковых примеров – 3 балла Неполный ответ и незнание понятийно-терминологического аппарата дисциплины – 0 баллов

Экзамен проходит в формате собеседования по вопросам билета. Теоретическая часть билета включает 2 вопроса.

В случае применения дистанционного режима промежуточной аттестации она проводится следующим образом: устно в ДОТ/письменно с прокторингом/ тестирование с прокторингом. Для успешного освоения курса учащемуся рекомендуется ознакомиться с литературой, размещенной в разделе 6, и материалами, выложенными в ДОТ.

## **6. Методические указания для обучающихся 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.

Защита проектов. Студенты распределяются на творческие группы по 2 человека и самостоятельно готовят проект медиадизайна. По материалам этой работы студенты готовят презентацию-отчет, с которой выступают на публичной защите проекта на семинарских занятиях. Регламент для защиты проекта – 15 минут. Оба участника проектной группы получают одинаковое количество баллов за защиту презентации-проекта.

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 видеорекамеры. Видеорекамеру 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.

## **7. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», включая перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине**

### **7.1. Основная литература**

1. МЕДИАМЕНЕДЖМЕНТ 2-е изд., испр. и доп. Учебник для вузов / Зельдович Б. З. - Московский политехнический университет (г. Москва)., 2021 г. - 293 с. - ISBN 978-5-534-11729-5– Режим доступа: <https://urait.ru/book/mediamenedzhment-476217>
2. МЕНЕДЖМЕНТ. Учебник и практикум для вузов / Иванова И. А., Сергеев А. М. - Московский университет имени С.Ю. Витте (МИЭМП) (г. Москва)., 2021 г. - 305 с. - ISBN 978-5-534-04184-2 – Режим доступа: <https://urait.ru/book/menedzhment-468949>
3. МАРКЕТИНГ В ОТРАСЛЯХ И СФЕРАХ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ. Учебник и практикум для вузов / Под общ. ред. Карповой С. В., Мхитарян С. В. - Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова (г. Москва).; Финансовый университет при Правительстве РФ (г. Москва)., 2021 г. - 404 с. - ISBN 978-5-9916-

### **7.2. Дополнительная литература**

1. *Виноградов А. Е.* Написание контент-стратегии в SMM // Экономика сегодня: современное состояние и перспективы развития (Вектор-2017). М., 2017. С. 232-234.
2. *Гусева Е. С.* Контент как основной инструмент онлайн-коммуникации с потребителем // Проблемы современной науки и образования. Иваново, 2016. №7. С. 117-120.
3. *Каплунов Д.* Контент, маркетинг и рок-н-ролл. Книга-муза для покорения клиентов в интернете. М.: Манн, Иванов и Фербер, 2014.
4. *Кот Д. Г.* Копирайтинг. Как не съесть собаку. Создаем тексты, которые продают. СПб.: Питер, 2018.
5. *Нилова Л.* Поп-арт маркетинг: Insta-грамотность и контент-стратегия. М.: АСТ, 2017.
6. *Пластун К. Е., Федоненко К. С.* Стратегия контент-маркетинга при нулевом бюджете // Вестник науки и образования. Ростов-на-Дону, 2018. №5. С. 61-64.
7. *Сосновская А. М.* Архетипический маркетинг как методология и методика исследования журналистики: психология восприятия контента // Журналистика XXI века: поиски теоретического обоснования. СПб., 2016. №1. С. 102-109.

### **7.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы**

СЗИУ располагает доступом через сайт научной библиотеки <http://nwapa.spb.ru/> к следующим подписным электронным ресурсам:

#### *Русскоязычные ресурсы*

- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Айбукс»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Юрайт»
- Электронные учебники электронно-библиотечной системы (ЭБС) «Лань»
- Научно-практические статьи по финансам и менеджменту Издательского дома «Библиотека Гребенникова»
- Статьи из периодических изданий по общественным и гуманитарным наукам «Ист-Вью»
- Энциклопедии, словари, справочники «Рубриконт»
- Полные тексты диссертаций и авторефератов *Электронная Библиотека Диссертаций РГБ*
- Информационно-правовые базы *Консультант плюс, Гарант.*

#### *Англоязычные ресурсы*

- *EBSCO Publishing* – доступ к мультидисциплинарным полнотекстовым базам данных различных мировых издательств по бизнесу, экономике, финансам, бухгалтерскому учету, гуманитарным и естественным областям знаний, рефератам и полным текстам публикаций из научных и научно-популярных журналов;
- *Emerald* – крупнейшее мировое издательство, специализирующееся на электронных журналах и базах данных по экономике и менеджменту. Имеет статус основного источника профессиональной информации для преподавателей, исследователей и специалистов в области менеджмента.

### **7.4. Нормативно правовые документы**

При изучении дисциплины нормативно-правовые документы не используются

### **7.5. Интернет-ресурсы**

Сайты с бесплатным доступом к поисковым системам словарей русского языка:

1) <http://www.gramota.ru>

2) <http://www.slovari.ru>

### **8. 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).

*Таблица 8*

№ п/п	Наименование
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.