

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Рабочие программы дисциплин

Направление подготовки **42.04.05. Медиакоммуникации**
Профиль **Медиапроизводство и медиааналитика**
Форма обучения **Очная**
Учебный план **42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023**
Год начала подготовки **2023**

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
Б1.В.ДВ.01.01	Проблемы информационного общества
Б1.В.ДВ.01.01	Система организации профессиональной деятельности в цифровой среде
Б1.В.ДВ.01.02	Особенности управления проектами в профессиональной деятельности
Б1.В.ДВ.01.02	Эффективная презентация проекта
Б1.О.01	Иностранный язык в сфере делового и профессионального общения
Б1.О.01	Командообразование и лидерские навыки
Б1.О.01	Межкультурное взаимодействие в современном мире
Б1.О.01	Методология прикладного исследования
Б1.О.02	Правовые основы регулирования медиарынка
Б1.О.02	Стратегии менеджмента и маркетинга в коммуникационной среде
Б1.О.02	Теория и практика массовых коммуникаций
Б1.О.03	SMM продвижение
Б1.О.03	Бизнес-моделирование в медиа
Б1.О.03	Медиааналитика
Б1.О.03	Медиастратегии и медиапланирование
Б1.О.03	Проектирование продукции медиаиндустрии
Б1.О.03	Технологии производства медиапродуктов

Место дисциплины в учебном плане	Название дисциплины
ФТД.В	Введение в профессиональную деятельность (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Проблемы информационного общества рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 1
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.филол.н., профессор, Халина Н.В.

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины
Проблемы информационного общества

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целями освоения учебной дисциплины являются: формирование информационной компетенции Гражданина сетевого общества на основе оптимизации эпистемической функции языка, описание взаимодействие общества, языка и информации, обязательных составляющих современного коммуникационного процесса истории, определение специфики функционирования человека в условиях современного информационного общества (пространства информационных потоков); формулирование условий корректного употребления термина «информация» в медиаисследованиях, не противоречащих его онтологии; прогнозирование возможных информационных аспектов исследования системы коммуникаций современного общества; сопоставление естественного и искусственного языков.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.В.ДВ.01.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-1.1	Знает методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода
УК-1.2	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определяет стратегию достижения поставленной цели
УК-1.3	Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	информационные коммуникативные технологии, которые базируются на электронике и генной инженерии. Иметь представление о виртуальных мирах (virtual worlds) – имитационных сферах, процессах, явлениях реальности, моделируемых на экранах компьютерных устройств
3.2.	Уметь:
3.2.1.	планировать воспроизводство знания и информации в циклическом режиме и осуществлять индивидуализацию культурных смыслов в коммуникативных сетях, дифференцировать составляющие общества информационных потоков и осуществлять информационный трафик.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками моделирования имитационных сфер, процессов, явлений виртуальной реальности, моделирования возможных вариантов различных жизненных ситуаций и создания проекты в области общественно-культурной деятельности

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Характерные черты информационного общества						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.1.	Технология, общество и историческое изменение. информационное общество в системе эволюции систем организации общественных связей	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Модели общества информации	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.3.	Модели общества информации	Сам. работа	1	24	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.4.	Теоретико-парадигмальное структурирование жизни в сетевом обществе	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.5.	Пролегомены к построению траектории информационного поиска	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.6.	Жизнедеятельность общества в информационной эпохе, new temporality и новое понимание коммуникации	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Жизнедеятельность общества в информационную эпоху						
2.1.	Новое понимание коммуникации в информационном обществе. анненбергская школа	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.2.	Новое понимание коммуникации. Анненбергская школа	Практические	1	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.3.	Новое понимание коммуникации. Анненбергская школа	Сам. работа	1	26	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.4.	Концепция сетевого общества М. Кастельса	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
2.5.	Сетевое общество: специфическая характеристика «информационной эпохи»	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Обеспечение нормального трафика в информационных супермагистральных: интуиционистская логика и автоматическая дедукция						
3.1.	Семиотика техники в информационном обществе	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.2.	Семиотика техники: знаковые значения текста и дискурсов	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.3.	Искусственный интеллект и математическое мышление как концептуально-прагматические доминанты информационного общества	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.4.	Искусственный интеллект как раздел знания в информационном обществе	Практические	1	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.5.	Искусственный интеллект как раздел знания в информационном обществе	Сам. работа	1	26	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1
3.6.	Математическое мышление как основа жизнедеятельности человека информационной эпохи	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=11254#section-4>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-1.1

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Что называется информационным обществом:

- а) историческая фаза развития общества, главными продуктами производства которого являются знания и информация
- б) историческая фаза развития общества, главными продуктами производства которого являются компьютерные технологии и робототехника
- в) историческая фаза развития общества, в котором 90% численности населения планеты используют в повседневной жизни информационные технологии

Ответ: а

2. Как называется совокупность всей информации, накопленной человечеством в процессе развития науки, образования, культуры:

- а) информационные знания
- б) информационные ресурсы
- в) информационные технологии

Ответ: б

3. Установите соответствие:

а) методология

1. Последовательность всех познавательных и организационных действий, способ организации исследования.

б) методика исследования

2. Сумма частных приемов, позволяющих применить тот или иной метод к данной специфической предметной отрасли с целью накопления и систематизации эмпирического материала.

в) метод исследования

3. Совокупность специальных приемов, цель которых - наиболее рациональное использование того или иного метода.

г) техника исследования

4. Способ построения и обоснования системы знаний.

д) процедура исследования

5. учение о принципах построения, формах и методах научного знания и преобразования действительности.

Ответ: а) 5, б) 2, в) 4, г) 3, д) 1.

4. Компонент реализации стратегии, в котором описывается действие для конкретной ситуации – это:

а) тактика

б) политика

в) процедуры

г) правило

Ответ: в

5. Чем характеризуется компромисс при принятии решения:

а) установление некоего среднего результата в споре двух сторон

б) уменьшением выгоды в одной области с целью уменьшения нежелательных последствий в другой

в) принятием решения, учитывающего мнения независимых сил

г) продвижением решения, выгодного руководителю

Ответ: б

6. Гносеология - это:

а) учение о познании

б) учение о бытии

в) учение о душе

г) учение о боге.

Ответ: а

7. Вероятность будет определена объективно, в том случае если:

а) поступит достаточно информации для того, чтобы прогноз оказался статистически достоверным

б) при определении вероятности будут использованы научные методы

в) будут произведены дополнительные исследования

Ответ: а

8. В качестве обобщенного критерия часто используется:

а) сумма отдельных показателей

б) частное от деления отдельных показателей

в) произведение отдельных показателей

Ответ: а

9. Метод компромиссов используется в задачах:

а) статистического анализа

б) линейного программирования

в) многокритериальной оптимизации

Ответ: в

10. Проблемы, в которых не всегда просматриваются условия, факторы, причинно-следственные связи:

а) хорошо структурированные проблемы

б) неструктурированные проблемы

в) слабо структурированные проблемы

Ответ: в

11. Как называется отношение числа появлений случайного события к общему числу наблюдений:

- а) частота +
- б) дисперсия
- в) вероятность

Ответ: а

12. Как называется наука, которая изучает комплекс проблем, связанных с информационными процессами в социуме:

- а) глобалистика
- б) социальная информатика
- в) социология

Ответ: б

13. Как называется второй этап развития информационных технологий:

- а) Стадия завышенных ожиданий
- б) Пик завышенных ожиданий
- в) Пик завышенных надежд

Ответ: б

14. Информацию, существенную и важную в настоящий момент, называют:

- а) понятной
- б) актуальной
- в) полезной

Ответ: б

15. Информационное общество:

- а) концепция постиндустриального общества;
- б) новая историческая фаза развития цивилизации
- в) философская утопия
- г) хронологический период 20 века

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Когда возникла необходимость информационного обновления традиционной научной терминологии в XX веке?

Ответ: после Второй мировой войны

2. Под какими названиями пропагандировалось введение научно-методологических инноваций?

Ответ: операционные исследования, системный анализ и системная инженерия

3. Что на первое место ставили инновационные более целостные и междисциплинарные методологии?

Ответ: цели клиентов и пользователей.

4. Какие методологии были и остаются эффективными при решении определенного круга проблемных ситуаций?

Ответ: методологии "жестких систем"

5. Каким образом отреагировало системное общество на возникновение проблемных ситуаций, обусловленных возрастающей гетерогенностью общества?

Ответ: новыми подходами, методологиями и моделями, лучше приспособленными к условиям современной эпохи

6. Какие направления составили ядро новых подходов и методологий?

Ответ: системная динамика, организационная кибернетика, теория сложности, мягкое системное мышление, эмансипационное системное мышление и методы постмодернистских систем

7. К каким проблемам в области системного мышления и практики привели инновационные процессы в совершенствовании методологий?

Ответ: как понять сильные и слабые стороны различных системных подходов и творчески использовать

их в сочетании.

8. Какое направление попыталось разрешить методологические проблемы систематизирующегося общества и создать практические руководства?

Ответ: критическое системное мышление.

9. Как называется набор руководящих принципов по совместному использованию системных теорий, методологии и методов вмешательства?

Ответ: творческий холизм.

10. Каковы основные свойства творческого холизма?

Ответ: многопарадигмальность, мультиметодологичность.

11. Что является определяющими факторами постоянно происходящих социальных и экономических изменений?

Ответ: информация, а также информационно-коммуникационные технологии

12. Каков статус информации в информационном обществе?

Ответ: ресурс наравне с другими ресурсами (материальными, финансовыми)

13. Частью чего стало в развитии стран и городов мира построение информационного общества?

Ответ: стратегического планирования

14. Каковы стратегические цели информационного общества?

Ответ: (1) повышение технической и экономической доступности инфраструктуры ИКТ и (2) увеличение количества и полезности цифрового контента и услуг.

15. Какому принадлежат приоритеты начала в исследовании информационного общества?

Ответ: японским исследователям. Куросава, Умесао, Масуд, Кохим и Хаяси

16. Какие аспекты информационного общества затрагиваются в исследованиях?

Ответ: технологические, экономические, профессиональные, пространственные, правовые и культурные.

17. Каким образом определяется информационное общество?

Ответ: Информационное общество - это общество, в котором люди, предприятия и органы государственного управления располагают и используют ИКТ для поддержки процессов изучения и эксплуатации информации для достижения коллективных и индивидуальных целей эффективным и результативным способом.

18. Кто представляет ключевые звенья в информационном обществе?

Ответ: субъекты (стейкхолдеры),

19. Кто входит в категорию субъектов информационного общества?

Ответ: субъектами информационного общества являются люди (граждане), предприятия и государственное управление.

20. Что собой представляет инфраструктура ИКТ?

Ответ: состоит из компьютерных сетей, Интернета, серверов, компьютеров и всех видов стационарных и мобильных устройств.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-1.2.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Переход к следующему глобальному этапу развития общества осуществляется путем:

- а) научно-технической революции,
- б) социальной революции
- в) экономических реформ

Ответ: в

2. Создание глобального информационного пространства, обеспечивает:

- а) эффективное информационное взаимодействие людей,
- б) доступ к мировым информационным ресурсам
- в) удовлетворение потребностей людей в информационных продуктах и услугах

Ответ: б

3. Глобальная компьютерная сеть:

- а) множество компьютеров, связанных каналами передачи
- б) система обмена информацией на определенную тему
- в) совокупность локальных сетей и компьютеров, расположенных на больших расстояниях и

соединенные в единую систему

Ответ: в

4. На смену какой стадии развития человеческой цивилизации пришло информационное общество:

- а) на смену аграрному обществу
- б) на смену индустриальному обществу
- в) на смену пост-индустриальному обществу

Ответ: в

5. Как называют информацию всех видов, программные продукты, базы данных, которые представлены в виде товаров:

- а) информационные знания
- б) информационные услуги
- в) информационные продукты

Ответ: в

6. Как называется умышленно искаженная информация?

- а) дезинформация
- б) информативный поток
- в) достоверная информация
- г) зашифрованная информация

Ответ: а

7. Носитель информации это:

- а) физическое лицо, или материальный объект, в том числе, - физическое поле, в которых информация находит свое отображение в виде символов, образов, сигналов, технических решений и процессов;
- б) субъект, осуществляющий пользование информацией и реализующий полномочия распоряжения в пределах прав, установленных законом и/или собственником информации;
- в) субъект, пользующийся информацией, полученной от ее собственника, владельца или посредника в соответствии с установленными правами и правилами доступа к информации либо с их нарушением;
- г) субъект, в полном объеме реализующий полномочия владения, пользования, распоряжения информацией в соответствии с законодательными актами;
- д) участник правоотношений в информационных процессах.

Ответ: а

8. Оценка исследуемых процессов квалифицированными специалистами - экспертами - это:

- а) панель;
- б) эксперимент;
- в) экспертная оценка;
- г) метод мозговой атаки.

Ответ: в

9. Совокупность методических приёмов и процедур, применяемых для извлечения из документальных источников информации в целях решения определённых исследовательских задач:

- а) анкетирование;
- б) наблюдение;
- в) эксперимент
- г) анализ документов.

Ответ: 4

10. Как правило, одного лишь суждения будет недостаточно для принятия решения:

- а) когда ситуация не даёт достаточно информации
- б) когда ситуация уникальна или очень сложна
- в) когда ситуация довольно проста

Ответ: б

11. Вероятность неуплаты заемщиком основного долга и процентов, причитающихся кредитору, представляет собой такой риск:

- а) процентный
- б) банкротства
- в) кредитный +

Ответ: в

12. Результат реализации определенной последовательности шагов или действий, подобных тем, что предпринимаются при решении математического уравнения:

- а) жесткое решение
- б) незапрограммированное решение
- в) запрограммированное решение

Ответ: в

13. Необходимость соблюдения четкой причинно-следственной связи общественного развития, преемственность, непротиворечивость развития:

- а) всесторонняя обоснованность решения
- б) согласованность решения с принятыми ранее решениями
- в) необходимая полнота содержания решения

Ответ: б

14. Как называется противоречивость, неточность, неполноценность исходной информации; неоднозначность целей, способов их достижения и последствий принимаемых решений:

- а) вероятность
- б) случайность
- в) неопределенность

Ответ: в

15. Как называют совокупность элементов организации, необходимых для решения и обеспечения выполнения управленческих задач:

- а) системой управления
- б) органом управления
- в) аппаратом управления

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Что является сильной стороной системного мышления?

Ответ: способность разрабатывать и использовать трансдисциплинарные аналогии.

2. Какая системная концепция была перенесена в теории организации для концептуализации взаимоотношения организации и окружающей среды?

Ответ: концепция организмов фон Бергаланфи (1950) как "открытых систем", разработанная для объяснения сложности в биологической области.

3. Какие теории были использованы для объяснения систем различных типов?

Ответ: концепция " автопоэзиса" и идеи, вытекающие из теории хаоса.

4. На чем концентрируется несистемное мышление?

Ответ: изменения и текучесть, постоянство и стабильность.

5. Кто исследовал процессы, приводящие к устойчивым состояниям?

Ответ: Гераклит, Парменид, Фон Берта-Ланффи.

6. В какой теории системы изображаются как арены динамического процесса, из которых временно рождаются стабильные структуры?

Ответ: теория сложности.

7. Что возникает в результате самоорганизующихся процессов?

Ответ: порядок как эмерджентное свойство беспорядка.

8. Что полезно использовать все системные методологии?

Ответ: преимущества способности концептуализировать структуру и процесс как взаимосвязанные.

9. В чем заключается смысл системного сообщения о том, что все части системы взаимосвязаны?

Ответ: необходимо понимать систему в целом, чтобы знать, действительно ли конкретное вмешательство, направленное на ее улучшение, улучшит ее или нет.

10. К чему мы должны быть готовы, когда предпринимает системные действия?

Ответ: готовы обосновать границы, которые мы проводим, и быть готовыми к тому, что другие будут оспаривать их.

11. Что означает в информационном обществе информация?

Ответ: цифровой контент и услуги.

12. К чему в информационном обществе сводятся действия людей?

Ответ: созданию, усвоению и аккомодации информации и ее использованию для достижения своих профессиональных и личных целей.

13. Кто играет доминирующую роль в информационном обществе?

Ответ: играют работники умственного труда и потребители, которые все чаще становятся просьюмерами (Ziemba, 2013b; Tapscot & Williams, 2008).

14. Кто приходит на смену пролетариату?

Ответ: дигитариат.

15. В чем своеобразие дигитариата?

Ответ: не имеет никакого влияния на формирование информации, но он может извлекать выгоду из ИКТ и управляется медиа-аристократией.

16. Как поименовывается медиа-аристократия?

Ответ: когнитариат.

17. Что требует изучения и использования информации?

Ответ: инновации, креативность и гибкость как ключевые факторами эффективности бизнеса.

18. Какая структура необходима для развития информационного общества Ответ: невозможно без хорошо функционирующего государственного управления и, в частности, электронного правительства

19. Что играет ключевую роль в развитии информационного общества?

Ответ: инфраструктуры ИКТ, разработка цифрового контента и услуг, постоянное повышение компетентности людей, бизнеса и государственного управления в области развития и использования инфраструктуры ИКТ, цифровых технологий. контент и сервисы

20. Каким образом определяется информатизация?

Ответ: фундаментальный термин для построения информационного общества (ISoc) точно так же, как мировая “индустриализация” стала названием предыдущего индустриального общества.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-1.3 ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Какой термин означает действия, которые направлены на удовлетворение информационных потребностей пользователей, с помощью предоставления информационных продуктов:

- а) информационные системы
- б) информационные услуги
- в) информационные технологии

Ответ: б

2. . Какая информационная система является одним из наиболее значимых результатов реализации программы «Электронная Россия»:

- а) создание личных кабинетов пользователей на сайте Пенсионного фонда России
- б) внедрение системы электронных очередей
- в) создание единого портала Госуслуг

Ответ: в

3. Что характерно для информационного общества:

- а) развитие сельского хозяйства
- б) рост доли информационных продуктов и услуг в ВВП страны
- в) более 50% численности населения занято в сфере услуг

Ответ: б

4.. Одна из стран, которая в 2000 году в Окинаве приняла Хартию глобального информационного общества:

- а) Канада
- б) Китай
- в) Монголия

Ответ: а

4. В странах СНГ информационное общество реализуется на базе межгосударственной сети таких центров:

- а) информационно-маркетинговых
- б) только информационных
- в) только маркетинговых

Ответ: а

5. Работодатели, как правило, придают большое значение опыту при найме на работу, потому что:

- а) опыт позволяет принимать решения рационально
- б) опыт позволяет принимать решения с минимальными затратами
- в) суждение на основе опыта является основой множества повседневных управленческих решений

Ответ: в

6. . Это является численным выражением предпочтения:

- а) вероятность
- б) полезность
- в) математическое ожидание

Ответ: б

7. . Преемственность, непротиворечивость развития, необходимость соблюдения четкой причинно-следственной связи общественного развития:

- а) согласованность решения с принятыми ранее решениями +
- б) необходимая полнота содержания решения
- в) всесторонняя обоснованность решения

Ответ: а

8. Интуитивные решения в организациях принимаются обычно:

- а) менеджерами низшего звена
- б) представителями высшего эшелона власти
- в) руководителями всех уровней власти в равной степени

Ответ: б

9.. То, что принятое решение не должно ни отставать, ни опережать потребности и задачи социально-экономической системы, означает:

- а) всестороннюю обоснованность решения
- б) согласованность решения с принятыми ранее решениями
- в) своевременность решения

Ответ: в

10. Прогнозирование, организация, регулирование, координация, стимулирование, контроль риска в риск-менеджменте, относится к функциям:

- а) организации риск-менеджмента
- б) субъекта управления
- в) объекта управления

Ответ: б

11. Учет фактора времени в некоторых случаях заставляет руководителей опираться на:

- а) консультации у специалистов
- б) научные методы принятия решений
- в) суждение или даже интуицию

Ответ: в

12. Строгое соблюдение субъектом управления тех прав и полномочий, которые ему предоставлены высшим уровнем управления:

- а) необходимая полнота содержания решения
- б) полномочность решения
- в) всесторонняя обоснованность решения

Ответ: б

13. Состоянию, когда в результате деятельности фирма рискует частью или всей величиной чистой прибыли, соответствует область:

- а) минимального риска
- б) приемлемого риска
- в) повышенного риска

Ответ: а

14. . Все виды рисков, связанные с конкурентной инвестицией, относятся к таким рискам:

- а) несистематическим
- б) систематическим
- в) спекулятивным

Ответ: а

15. . Изначально определяет действия человека и влияет на принимаемые им решения его:

- а) интересы
- б) система ценностей
- в) свобода воли

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Какая концепция предоставляет средства для критики пограничных суждений?

Ответ: 'эвристика критических систем'

2. Каким вопросом задается критическое системное мышление?

Ответ: какая парадигма движет нашим мировоззрением или каким метафорам мы отдаем предпочтение в нашем мировоззрении, чтобы развить теоретическое осознание и критику, к которой это может привести.

3. Что определяет видение границ?

Ответ: мировоззрение или парадигма, которые мы принимаем, как правило, определяют то, как мы видим границы.

4. Что преимущественно означает системность в данное историческое время?

Ответ: способность смотреть на проблемные ситуации и знать, как управлять ими с различных точек зрения, а также использовать различные системные подходы в сочетании.

5. При каких условиях становится возможна креативность?

Ответ: при условии понимания диапазона системных подходов, их сильные и слабые стороны, а также понимании того, как использовать их вместе.

6. Какие измерения в прикладном системном мышлении выделяются ?

Ответ: измерение определения природы систем в континууме от "простого" к "сложному", измерение характеристики природы отношений между участниками, теми, кто связан с проблемной ситуацией, как " унифицированных", 'плюралистических' или 'принудительных'.

7. На выявление каких структур или ключевых механизмов направлены системная динамика, организационная кибернетика и теория сложности?

Ответ: ключевых механизмов или "структур", которые управляют поведением элементов или подсистем, фундаментальных элементов для поведения системы.

8. Каким образом можно конкретизировать состав выделенных структур?

Ответ: в случае системной динамики интерес представляют взаимосвязи между положительными и отрицательными циклами обратной связи, приводящие к возникновению 'архетипов' поведения системы; в случае организационной кибернетики – это кибернетические законы; в теории сложности – "странные аттракторы" и переменные.

9. Что гарантирует корректировка "странных аттракторов" и переменных?.

Ответ: достижение состояния 'границ хаоса' .

10. Какие подходы применяются для упорядочения многообразия?

Ответ: 'интерактивное планирование', "проектирование социальных систем" "'методология мягких систем'.

11. Для чего был введен термин информатизация?

Ответ: объяснить растущую важность информации в обществе в целом.

12. Когда состоялось первое официальное использование термина 'информатизация' в публичном документе?

Ответ: в докладе "Информатизация общества", который был запрошен президентом Французской Республики Валери Жискар д'Эстеном .

13. Что становится предметом дискуссий, касающихся информационного общества?

Ответ: применение современных информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в различных сферах общества, а также важность информации для получения новых знаний.

14. то собой представляет получение новых знаний в информационном обществе?

Ответ: повышение скорости и качества информационных услуг, совершенствования всех систем за счет использования компьютерного оборудования.

15. Каков слоган информационного общества?

Ответ: Управляйте всеми процессами с помощью информационных технологий

16. Какие средства позволяют осуществлять мобильное редактирование?

Ответ: интерфейсы прикладного программирования (API).

17. К чему приводит информатизации по уровне социального субъекта?

Ответ: интеллектуализации общества и повышению личной уверенности в выполняемой деятельности.

18. Что становится важным ресурсом для организаций, учреждений и поставщиков услуг, включая анализ поведения потребителей ?

Ответ: персональные данные.

19. Что входит в задачи веб-сайтов для самопрезентации, для контакта с потенциальными клиентами, для исследования интересов потребителей?

Ответ: сбор данных.

21. О чем должны быть осведомлены пользователи?

Ответ: о возможностях и сильных сторонах глобальной информатизации, о потенциальных рисках для их конфиденциальности и их личных данных

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	В. А. Шапцев, Ю. В. Бидуля	Теория информации. Теоретические основы создания информационного общества : учебное пособие для вузов	М. : Издательство Юрайт, 2018	www.biblio-online. ru/book/5010C1E1- 28EC-47E2-B3FC- 757D4584EE58
Л1.2	Б. Я. Советов, В. В. Цехановский	Информационные технологии : учебник для прикладного бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcod e/469425
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	И.Ф. Михайлов	Человек, сознание, сети=Man, mind and networks : : научное издание	Российская академия наук, Институт философии. - Москва : Институт философии РАН, 2015	http://biblioclub.ru/i ndex.php?page=boo k&id=444506
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.lib.asu.ru	
Э2	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		www.e.lanbook.com	
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		www.biblioclub.ru	
Э4	курс Информационное общество		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6629	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru)				

Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование

практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Система организации профессиональной деятельности в цифровой среде рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	24		
самостоятельная работа	84		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	84	84	84	84
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., Доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Система организации профессиональной деятельности в цифровой среде

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 20222023 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать способности использовать цифровые технологии для решения профессиональных задач, связанных с системой организации профессиональной деятельности.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.01.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-6	Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии
ОПК-6.1	Отслеживает глобальные тенденции модернизации технического оборудования, программного обеспечения и расходных материалов, необходимых для осуществления профессиональной деятельности
ОПК-6.2	Адаптирует возможности новых стационарных и мобильных цифровых устройств к профессиональной деятельности в медиаотрасли
ОПК-6.3	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	систему организации профессиональной деятельности в цифровой среде
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять инструменты организации профессиональной деятельности в цифровой среде
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками организации профессиональной деятельности в цифровой среде

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Цифровая среда						
1.1.	Факторы цифровой среды организации	Лекции	2	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Факторы цифровой среды организации	Практические	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Факторы цифровой среды организации	Сам. работа	2	20	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.4.	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	Лекции	2	2	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.5.	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	Практические	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.6.	Цифровые технологии в профессиональной деятельности	Сам. работа	2	20	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.7.	Организация профессиональной деятельности в цифровой среде	Лекции	2	4	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.8.	Организация профессиональной деятельности в цифровой среде	Практические	2	8	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.9.	Организация профессиональной деятельности в цифровой среде	Сам. работа	2	44	ОПК-6.1, ОПК-6.2, ОПК-6.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Зельдович Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518357
Л1.2	Кириллова Н.Б.	Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/533064
6.1.2. Дополнительная литература				

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Л. А. Доронина, В. С. Иритикова	Организация и технология документационного обеспечения управления: Организация и технология документационного обеспечения управления	Юрайт, 2023	https://urait.ru/book/organizaciya-i-tehnologiya-dokumentacionnogo-obespecheniya-upravleniya-530251
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс в ЭИОС		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8428	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационная справочная система: 1. КонсультантПлюс http://www.consultant.ru/. Профессиональные базы данных: 1. Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com); 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
103С	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации; помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска маркерная; марка ASUSTeK Computer INC модель P8B75-M - 15 единиц; мониторы: марка Asus модель VW224 - 15 единиц
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Для усвоения теоретических и практических основ курса необходимо:

- изучить программу курса;
- подобрать литературу по соответствующим темам и изучить её.

Студент должен изучать дисциплину согласно логической последовательности заявленных тематических разделов.

Изучение каждого тематического раздела студентом должно осуществляться следующим образом:

1. Студент должен четко планировать и организовать время, необходимое на изучение темы дисциплины, в соответствии с графиком учебного процесса своей специальности в АлтГУ.

2. При изучении темы студент должен вначале внимательно ознакомиться с темой дисциплины, в соответствие с ее названием найти тематический раздел в учебной литературе, под-робно изучить основные понятия, их взаимосвязи и взаимодействия, закономерности, причины и следствия их развития по каждому выносимому на обсуждение вопросу темы. Эти вопросы рекомендуется использовать студенту для самопроверки знаний по тематическому разделу.

Затем студент должен ознакомиться с методической и справочной литературой по тематическому разделу дисциплины для изучения современной практики применения изложенных в теоретической литературе правил и методов разрешения затронутых проблем.

3. При подготовке по каждому тематическому разделу студент должен использовать рекомендованный ему список основной и дополнительной литературы. Студенту рекомендуется подготовить доклады или рефераты по вопросам темы, не рассмотренным на лекционных занятиях.

4. При подготовке к зачету студент в логической последовательности должен повторить изученный в ходе лекционных, практических, лабораторных и самостоятельных занятий материал согласно перечню выносимых на зачет вопросов.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Особенности управления проектами в профессиональной деятельности рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 1
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	10	10	10	10
Практические	22	22	22	22
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, валюлина Е.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Особенности управления проектами в профессиональной деятельности

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Сформировать представление об основах проектной деятельности; Научить студентов основным принципам проектной деятельности; Уметь применять теоретические знания к анализу конкретных ситуаций и материалов; Уметь осуществлять подготовку проектов; Эффективно участвовать в организации и реализации проектов;
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.01.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-3	Способен создавать концепцию и реализовать индивидуальный и (или) коллективный проект в медиасфере
ПК-3.1	Знает методы анализа и оценки эффективности проектов в медиасфере, методологию социологических и маркетинговых исследований целевой аудитории и потребностей рынка
ПК-3.2	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками анализа эффективности реализации проектов и подготовки аналитических отчетов по этапам реализации проектов
УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-1.1	Знает методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода
УК-1.2	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определяет стратегию достижения поставленной цели
УК-1.3	Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели
УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2.1	Знает требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта
УК-2.2	Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организует и координирует работу участников проекта; представляет результаты проекта в различных формах
УК-2.3	Владеет навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	содержание профессиональных функций в области проектной деятельности в сфере медиа; принципы реализации медиапроектов, кампаний и мероприятий; функции специалиста по медиа при планировании, подготовке и проведении различных коммуникационных кампаний и мероприятий в рамках тех или иных проектов; правила реализации профессиональных знаний в области медиа; особенности управления проектами
3.2.	Уметь:

3.2.1.	создавать и разрабатывать стратегию для разработки проекта; под контролем выполнять ряд профессиональных функций в области проектной деятельности в медиа; проводить коммуникационные проекты, кампаний и мероприятия; управлять процессом при создании проекта на всех этапах его жизненного цикла.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Имеет опыт деятельности в выявлении проблемных ситуаций на основе системного подхода при управлении проектом в сфере медиа; владеет навыками планирования и проведения различных коммуникационных кампаний и мероприятий в рамках тех или иных проектов; навыками реализации профессиональных знаний в области медиа

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1.						
1.1.	Современные концепции управления проектом. Базовые понятия и определения	Лекции	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.2.	Методы и инструменты проектной деятельности	Лекции	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.3.	Участники проектной деятельности. Формирование и развитие проектной команды	Лекции	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.4.	Типологии проектов	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.5.	Сущность управления проектами	Практические	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.6.	Построение целей, задач, этапов проекта	Практические	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.7.	Бюджетирование проекта	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3,	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
					ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	
1.8.	Построение стратегии проекта	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.9.	Проекты в профессиональной деятельности медиа :особенности, виды	Практические	1	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.10.	Технологии управления проектом	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.11.	Презентация проекта	Практические	1	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1
1.12.	Работа над проектом	Сам. работа	1	76	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3, УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л1.5, Л1.6, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
см. Приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
см. Приложение

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература			
6.1.1. Основная литература			
	Авторы	Заглавие	Издательство, год
			Эл. адрес

Л1.1	Крумина К. В. , Полковникова С. Г.	Управление проектами: учебное пособие	Омск: Омский государственный технический университет (ОмГТУ), 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=683233
Л1.2	В. М. Илюшечкин	Основы использования и проектирования баз данных: учебник для СПО	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/513827
Л1.3	под общей редакцией Е. М. Роговой	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://www.biblio-online.ru/bcode/431784
Л1.4	Зуб, А.	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511087
Л1.5	Зуб А.Т.	Управление проектами: учебник и практикум для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/533205
Л1.6	Поляков Н.А.	Управление инновационными проектами: учебник и практикум для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511434

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Рогова Е.М.	Управление проектами: учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/510590

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	Курс Особенности управления проектами в профессиональной деятельности	https://public.edu.asu.ru/course/view.php?id=1191

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
AcrobatReader
(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом с оценкой. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов,

написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет с оценкой. Подготовка к зачету с оценкой ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Эффективная презентация проекта рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	24		
самостоятельная работа	84		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	15			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	8	8
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	84	84	84	84
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Эффективная презентация проекта

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Цель изучения дисциплины заключается в формировании у студентов базовых теоретических знаний и основных практических навыков в области эффективной презентации проектов предприятий, инновационных проектов, стажировок и самопрезентации.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.В.ДВ.01.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-2	Способен управлять проектом на всех этапах его жизненного цикла
УК-2.1	Знает требования, предъявляемые к проектной работе; методы представления и описания результатов проектной деятельности; критерии и параметры оценки результатов выполнения проекта
УК-2.2	Формирует план-график реализации проекта в целом и план контроля его выполнения; организует и координирует работу участников проекта; представляет результаты проекта в различных формах
УК-2.3	Владеет навыками осуществления деятельности по управлению проектом на всех этапах его жизненного цикла

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	требования к проектированию эффективных презентаций
3.2.	Уметь:
3.2.1.	презентовать проект, эффективно отражать результаты проекта в презентации
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	владеть приемами анализа результатов презентации, выявления и устранения типичных недостатков и ошибок при создании презентаций.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1.						
1.1.	Назначение, форма и стратегии презентации	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.2.	Требования к проектированию эффективных презентаций	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.3.	Оформление презентации	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.4.	Презентация собственного проекта	Лекции	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.5.	Требования к проектированию эффективных презентаций	Практические	2	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.6.	Оформление презентации собственного проекта	Практические	2	4	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.7.	Презентация собственного проекта	Практические	2	6	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.8.	Типичные недостатки и ошибки при создании презентаций	Практические	2	2	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1
1.9.	Подготовка презентации с учетом особенностей проекта	Сам. работа	2	84	УК-2.1, УК-2.2, УК-2.3	Л2.2, Л1.1, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
Приложения
Приложение 1.  ФОС_Эффективная презентация проекта_2022.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	под общей редакцией Е. М. Роговой	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://www.biblio-online.ru/bcode/431784
Л1.2	Зуб, А.	Управление проектами: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511087

6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Зельдович Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518357
Л2.2	В. Б. Попов	Основы информационных и телекоммуникационных технологий. Мультимедиа: учеб. пособие для сред. проф. учеб. заведений	М.: Финансы и статистика, 2007	
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс на Едином образовательном портале Алтайского государственного университета		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9215	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу.

Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения

навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям.

Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Иностранный язык в сфере делового и профессионального общения

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	1
аудиторные занятия	54		
самостоятельная работа	27		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Практические	54	54	54	54
Сам. работа	27	27	27	27
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

д.филол.н., Профессор, Карпухина Виктория Николаевна; д.филол.н., Профессор, Осокина Светлана Анатольевна; к.филол.н., Доцент, Савочкина Елена Александровна; к.филол.н., Доцент, Широких Ирина Алексеевна; к.филол.н., Доцент, Саланина Ольга Сергеевна

Рецензент(ы):

к.филол.н., Доцент, Саланина Ольга Сергеевна

Рабочая программа дисциплины

Иностранный язык в сфере делового и профессионального общения

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:

42.04.05 Медиакоммуникации

утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра лингвистики, перевода и иностранных языков

Протокол от 12.05.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *к.филол.н., доцент Саланина Ольга Сергеевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью освоения дисциплины является формирование компетенций, связанных с осуществлением коммуникации на иностранном языке в сфере академического, делового и профессионального общения в различных областях деятельности, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.</p> <p>Задачи курса:</p> <ol style="list-style-type: none">1. Сформировать универсальную компетенцию (УК-4), состоящую в способности применять современные коммуникативные технологии на иностранном языке для академического и профессионального взаимодействия, на достаточном уровне, требуемом ФГОС ВО 3++ для выпускников магистратуры.2. Сформировать навыки общения на иностранном языке в профессиональной деловой и академической научной сфере у обучающихся разных направлений подготовки, включая естественно-научные и гуманитарные направления.3. Подготовить обучающихся к сдаче международного экзамена по английскому языку для возможности дальнейшего развития профессиональной и академической деятельности на иностранном языке.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.01**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-4.1	Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности
УК-4.2	Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности
УК-4.3	Применяет современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации
УК-4.4	Представляет результаты профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Эффективно применять вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Современными коммуникативными технологиями при поиске и использовании необходимой информации для академического и профессионального общения.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. ENGLISH IN BUSINESS AND PROFESSIONAL COMMUNICATION/WISSENSCHAFTLICHES SCHREIBEN IN DEUTSCH						
1.1.	Academic Writing Types. Components of Academic Writing/Arten der akademischen Schriftsprache. Die Struktur des akademischen Textes / Виды академической письменной речи. Структура академического текста.	Практические	1	6	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.2.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.3.	Structure of a Journal Article.Organising Paragraphs/ Die Struktur des wissenschaftlichen Artikels. Regeln für die Organisation von Paragraphen / Структура научной статьи. Правила организации параграфов.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.4.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.5.	Specific Vocabulary: Argument, Cause and Effect, Comparison, Definition / Spezifisches Vokabular: Argument, Ursache und Wirkung, Vergleich, Attribut /Специфическая лексика: аргумент, причина и следствие, сравнение, определение.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.6.	Выполнение заданий на отработку устных коммуникативных технологий.Выполнение проверочных тестов. Написание отрывка научного сообщения.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.7.	Constructing a Report on Your Investigation: Cohesion / Bericht nach den Ergebnissen der wissenschaftlichen Forschung /Доклад по итогам научного исследования. Связность и её элементы.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.8.	Выполнение заданий на восприятие звучащей речи. Написание доклада по итогам	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	научного исследования (части научного исследования)					
1.9.	Plagiarism. Degrees of Plagiarism. Avoiding Plagiarism by Summarising and Paraphrasing/Plagiat. Wie man Plagiate vermeidet / Плагиат. Разные степени плагиата. Как избежать плагиата посредством перифразирования и резюмирования.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.10.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу. Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.11.	Talking about Science: A Presentation and Talking to an Audience/ Ein Beitrag zum wissenschaftlichen Thema / Сообщение на научную тему. Презентация и выступление перед аудиторией.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.12.	Подготовка научного сообщения на иностранном языке.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.13.	Preparing Visual Information and Visual Aids/ Vorbereitung von anschaulichen Informationen und Verwendung von Demonstrationsgeräten / Подготовка наглядной информации и использование демонстрирующих устройств.	Практические	1	6	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.14.	Командная работа по подготовке презентации на иностранном языке.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.15.	Business Communications: Business Letters, E-mails, Memoranda/ Geschäftliche Kommunikation: geschäftliche und E-Mails, Informationsmeldungen./ Деловое общение: деловые и электронные письма, информационные сообщения.	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.16.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу. Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.17.	Application for Employment: CVs, Resumes, and Cover Letters / Beschäftigung: Lebenslauf und	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	Anschreiben /Трудоустройство: резюме и сопроводительное письмо.					
1.18.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации. Письменные задания.	Сам. работа	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.19.	Job Interviews: How to Sell Yourself / Mündliches Vorstellungsgespräch: wie man den besten Eindruck macht / Устное собеседование: как произвести наилучшее впечатление	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.20.	Выполнение заданий на восприятие звучащей речи. Написание доклада по итогам научного исследования (части научного исследования)	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.21.	Building International Relations / Internationale Kontakte /Международные контакты	Практические	1	6	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.22.	Выполнение заданийна анализ конкретной ситуации.Выполнение заданий на восприятие звучащей речи.	Сам. работа	1	2	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.23.	Conducting Business Negotiations /Geschäftsverhandlungen /Деловые переговоры	Практические	1	4	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1
1.24.	Ответы на вопросы по прочитанному материалу.Задание на анализ конкретной ситуации.Подготовка к ролевой игре.	Сам. работа	1	1	УК-4.1, УК-4.2, УК-4.3, УК-4.4	Л1.2, Л2.1, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>АНГЛИЙСКИЙ ЯЗЫК</p> <p>Оценочные материалы для текущего контроля (тестовые задания, контрольные работы и т.д.) размещены в онлайн-курсе на образовательном портале https://portal.edu.asu.ru/enrol/index.php?id=8152</p> <p>Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины</p> <p>Тестовые задания (выбор одного из вариантов)</p> <p>1. Academic writing style is</p> <p>A) clearly different from the written style of newspapers or novels</p> <p>B) identical the written style of newspapers or novels</p>

C) can not be compared to the written style of newspapers or novels

2. The most common types of academic writing may include:

- A) Resume, Curriculum Vitae, Cover Letter
- B) Presentation, Poster presentation, Handouts
- C) Report, Project, Essay, Dissertation, Paper

3. There are 2 types of essays:

- A) oral essays and written essays
- B) short essays and longer essays
- C) original essay and plagiarism

4. Different schools and departments may require students to follow different formats in their writing. Your teachers may give students different guidelines, but some general patterns apply to most formats for academic writing.

- A) True
- B) False

5. All academic writing types generally include such parts as

- A) Example 1, example 2, references
- B) Introduction, main body, conclusion
- C) Purpose, hypotheses, appendix

6. An effective introduction explains the purpose, scope and methodology of the paper to the reader.

- A) True
- B) False

7. Choose the better way to start an essay:

- A) Nowadays there is a lot of competition among different news providers...
- B) In the last 20 years newspapers have faced strong competition from the...

8. Planning a coursework, it is suggested to write the introduction after writing the main body.

- A) True
- B) False

9. Introductions are usually no more than about 30% of the total length of an assignment.

- A) True
- B) False

10. There is no standard pattern for an introduction, since much depends on the type of research you are conducting and the length of your work.

- A) True
- B) False

11. Although there is no fixed pattern, a common structure for an essay conclusion is:

- a) Summary of main findings or results
- b) Link back to the original question to show it has been answered
- c) Reference of the limitations of your work (e.g. geographical)
- d) Suggestions for future possible related research
- e) Comments on the implications of your research

- A) True
- B) False

12. Introduction as a part of a scientific paper should

- A) explain how you did the research and include a description of equipment and materials used
- B) contextualize your work with reference to other similar research

13. Choose the phrase which is inappropriate for discussion section of an article:

- A) It is widely agreed that...
- B) Most people think that....
- C) In my opinion...

14. In the sentence "Washington is less crowded than New York" the underline phrase is a form of

- A) comparative degree
- B) superlative degree

15. Definitions are needed in every paper.

- A) True
- B) False

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

- 1. A
- 2. C
- 3. B
- 4. A
- 5. B
- 6. A
- 7. B
- 8. A
- 9. B
- 10. A
- 11. A
- 12. B
- 13. C
- 14. A
- 15. B

Критерии оценивания:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно менее 60% заданий.

Тестовые задания открытой формы (с кратким свободным ответом)

Complete the following sentences or answer the questions:

1. The main purpose of scientific journals is to provide a _____ for academics within a specific discipline to share cutting-edge research.
2. Peer-review _____ means that when an article is submitted the editors ask other specialists in that field to read the article and decide if it is worth publishing.
3. What part of the composition should help you define the purpose and scope of your work, and should inform the reader?
4. As you consider the purpose and scope of your composition, and assemble information and ideas, it is a good idea to spread key words, phrases and sentences over a sheet of paper or over the whole of a computer screen (or to write them on separate index _____).
5. How is copying somebody else's work called?
6. Repetition and _____ words and phrases can help a writer maintain flow and establish clear relationships between ideas.
7. Academic work depends on the research and ideas of others, so it is vital to show which _____ you have used in your work, in an acceptable manner.
8. To avoid plagiarism you should replace words in the source with _____ and perhaps change the grammar.
9. How do we call a special kind of talk, an exercise in persuasion involving one or more presenters, in which something new is presented to an audience for consideration?
10. If you have prepared a _____ report on the subject of your talk, remember that speaking is not the same as writing.
11. In scientific writing most people avoid the _____ language that is natural in conversation.
12. How many visual aids should you use to convey one message and make that message brief, clear and simple?
13. What is the maximum quantity of words in the title of the presentation slide?
14. A labelled diagram or drawing, or a cartoon, is effective because it has a _____ as well as words.
15. A format of a resume includes two main sections: education and _____.
16. If your visual aids are to be used in a handout, or publication, prepared with a monochrome printer, black on a _____ background is best.
17. What type of a visual aid represents tabular data?
18. How do we call a circular statistical graphic which is divided into slices to illustrate numerical proportion?
19. The name of the organization and its address should appear on the top _____ corner of the business letter.
20. What pronoun should the author of the business letter use in situations where he/she is referring to the

company's outlook or thinking?

21. What should you provide at the end of your business letter below the salutation?

22. How do we call a document created and used by a person to present their background, skills, and accomplishments?

23. Is the length of a CV strictly regulated?

24. Most British advertisements mention not only _____, but also other material incentives including a car and fringe benefits.

25. _____ in a broad sense include all forms of consultation, communication, discussion, exchanging of views, reaching a consensus.

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

1. forum
2. procedure
3. title
4. cards
5. plagiarism
6. linking
7. sources
8. synonyms
9. presentation
10. written
11. colloquial
12. one (1)
13. seven (7)
14. picture
15. experience
16. white
17. table
18. pie chart
19. left
20. we
21. signature
22. resume
23. no
24. salary
25. negotiations

Критерии оценки открытых вопросов.

Отлично (зачтено) Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

Хорошо (зачтено) Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

Удовлетворительно (зачтено) Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

Неудовлетворительно (не зачтено) Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

НЕМЕЦКИЙ ЯЗЫК

Оценочные материалы для текущего контроля (тестовые задания, контрольные работы) размещены в онлайн-курсе на образовательном портале <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4997>

Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Тестовые задания (выбор одного из вариантов)

1. Der Master ist ein akademischer Grad und es dauert meistens
A) zwei bis vier Semester

- B) fünf bis sieben Semester
- C) vier bis sechs Semester

2. Eine ausführliche und aussagekräftige Bewerbung ist der erste Schritt auf der beruflichen Karriereleiter.

- A) falsch
- B) richtig

3. Das Vorstellungsgespräch ist

- A) ein gegenseitiges Kennenlernen
- B) eine Unterhaltung
- C) ein Telefongespräch

4. Es gibt zwei Bewerbungsformen: Kurzbewerbung und vollständige Bewerbung.

- A) falsch
- B) richtig

5. Bei E-Mails in der beruflichen Kommunikation ist die Trennung zwischen formell und informell oft weniger stark als bei Geschäftsbriefen.

- A) falsch
- B) richtig

6. Offizielle Anschreiben per E-Mail beginnen immer mit der üblichen Anrede

- A) Sehr geehrter Herr Professor (Dr. Lauth)
- B) Hallo
- C) Guten Tag

7. Zu einer vollständigen Bewerbung gehören

- A) private Briefe, Fotos, Hobbys
- B) Anschreiben, Motivationsschreiben, Ausbildungszeugnisse

8. Artikel, die der Master zu veröffentlichen hat, müssen dem Inhalt entsprechen

- A) des Buches
- B) der Dissertation
- C) der Geschichte

9. Der Master muss deutsche im Original lesen.

- A) schöngeistige Literatur
- B) Fachliteratur
- C) Erzählungen

10. Viele wissenschaftlichen Projekte können ohne Hilfe nicht finanziert werden.

- A) staatliche
- B) städtische

11. Wie heißt der/die wissenschaftliche Betreuer/in?

- A) Lektor/in
- B) Lehrer/in
- C) wissenschaftlicher Leiter/wissenschaftliche Leiterin

12. Schreiben ist ein spezieller Schreibstil, der häufig in der Hochschulbildung und im wissenschaftlichen Umfeld verwendet wird.

- A) akademisches
- B) literarisches

13. Was passt zu den Merkmalen guten akademischen Schreibens nicht?

- A) Der Text ist kurz und klar und verwendet eine Sprache, die dem Zielpublikum angemessen ist
- B) Den Text ist schwer zu verstehen
- C) Der Text ist außerdem logisch aufgebaut und strukturiert, so dass der Leser den Argumenten und Schlussfolgerungen des Verfassers leicht folgen kann.

14. Zu den Geisteswissenschaften gehören

- A) Soziologie, Philologie, Philosophie

- B) Physik, Chemie, Biologie
- C) Geografie, Mathematik, Geschichte

15. Zu den Naturwissenschaften gehören

- A) Soziologie, Philologie, Philosophie
- B) Physik, Chemie, Biologie
- C) Geografie, Mathematik, Geschichte

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

- 1. A
- 2. B
- 3. A
- 4. B
- 5. B
- 6. A
- 7. B
- 8. B
- 9. B
- 10. A
- 11. C
- 12. A
- 13. B
- 14. A
- 15. B

Критерии оценивания:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно менее 60% заданий.

Тестовые задания открытой формы (с кратким свободным ответом)

- 1. Ihre Bewerbung vermittelt einen _____ Eindruck von Ihrer Persönlichkeit und Qualifikation.
- 2. Eine Kurzbewerbung besteht aus dem Anschreiben und tabellarischen _____, aus zwei bis drei Seiten.
- 3. Der Lebenslauf _____ man auch das Curriculum Vitae (oder CV).
- 4. Der Master erarbeitet eine _____.
- 5. Nach einer erfolgreichen Verteidigung der Dissertation erwirbt der Master den _____ Grad eines Magisters der Wissenschaften.
- 6. _____ Schreiben ist ein zentrales Medium wissenschaftlicher Kommunikation.
- 7. Die Studie diskutiert die sozialen, psychologischen und wirtschaftlichen _____.
- 8. Der Professor leitet einen Sektor am Institut für Weltwirtschaft und internationale Beziehungen der Akademie der _____ Russlands
- 9. Der wissenschaftliche Betreuer leitet die wissenschaftliche _____ an.
- 10. Unter dem Begriff Naturwissenschaft werden Wissenschaften zusammengefasst, die empirisch arbeiten und sich mit der Erforschung der _____ befassen.
- 11. Soft-Skills sind persönliche _____, die über das Fachwissen hinausgehen.
- 12. Eine wichtige _____ spielt ein gutes Einkommen.
- 13. Fragebogen werden vor allem in Psychologie und Sozialwissenschaften verbreitet eingesetzt, um soziale und politische _____ zu erfassen.
- 14. Beschreiben Sie, was _____ Sie persönlich Integration bedeutet.
- 15. Welche _____ möchten Sie erreichen?
- 16. Anstatt lange zu telefonieren, könntest du mir eine Mail _____
- 17. Sie soll _____ über die bekanntesten Wissenschaftler sammeln und sie im Kurs vorstellen.
- 18. Ich bin der _____ Meinung wie du.
- 19. Das Wort _____ bezeichnet die Gesamtheit des menschlichen Wissens.
- 20. In der Welt gibt es viele _____, die die Wissenschaft zu lösen versucht.

ПРАВИЛЬНЫЕ ОТВЕТЫ:

- 1. ersten
- 2. Lebenslauf

3. nennt
4. Dissertation
5. akademischen
6. wissenschaftliches
7. Probleme
8. Wissenschaften
9. Arbeit
10. Natur
11. Qualifikationen
12. Rolle
13. Meinungen
14. für
15. Ziele
16. schicken
17. Informationen
18. gleichen
19. Wissenschaft
20. Probleme

Критерии оценки открытых вопросов.

Отлично (зачтено) Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

Хорошо (зачтено) Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

Удовлетворительно (зачтено) Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

Неудовлетворительно (не зачтено) Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Процедура проведения: основным оценочным средством является задание «Итоговое тестирование по курсу /Final test», предполагающем три блока:

1) блок на проверку общих знаний, связанных с использованием английского/немецкого языка в сфере делового и профессионального общения, проверку уровня понимания и обработки информации на иностранном языке, выполнения практических заданий, следуя определенным коммуникативным технологиям (тест множественного выбора),

2) блок на выявление навыков письма в рамках делового и академического общения (тест в виде вопросов, предполагающих написание короткого текста в соответствии с пройденными шаблонами письменных документов),

3) собеседование (ответ студента в рамках данного блока представляет собой устное монологическое высказывание и беседу с преподавателем по одной из предложенных тем, проводится очно в учебной аудитории).

Пример оценочного средства Final Test/Итоговое тестирование по курсу /Итоговое тестирование (немецкий язык) расположен в онлайн курсе на платформе LMS Moodle

Критерии оценивания:

1) за выполнение первого блока заданий, представляющего собой тест множественного выбора, состоящий из 60 вопросов, студент может получить максимум 60 баллов (по 1 баллу за каждый правильный ответ);

2) за выполнение второго блока, представляющего собой письменное задание, студент может получить максимум 20 баллов при выполнении следующих условий: письменное задание правильно понято, представлен письменный текст с соответствующим заголовком – начисляется 1 балл, отражена структура текста соответствующего типа – начисляется до 6 баллов, где максимум 6 баллов – если структура текста в полном объеме соответствует структуре текстов данного типа, при отсутствии отдельных обязательных элементов текста баллы вычитаются, в зависимости от количества не представленных структурных элементов

текста, смысловое содержание представленного студентом текста соответствует смысловому содержанию текстов данного типа – начисляется до 4 баллов, где максимум 4 балла – если смысловое наполнение соответствующих структурных компонентов текста соответствует смысловому наполнению данных компонентов в текстах заданного типа, при отклонении смыслового содержания компонентов баллы вычитаются, студент продемонстрировал развитый словарный запас (вокабуляр) – начисляется до 4 баллов, если в представленном студентом тексте имеются единицы вокабуляра (слова и выражения), являющиеся характерными для текстов данного типа, при недостаточном использовании соответствующих слов и устойчивых выражений баллы вычитаются, студент продемонстрировал правильное употребление грамматических конструкций – начисляется до 5 баллов, баллы вычитаются в зависимости от количества сделанных грамматических ошибок.

3) за выполнение третьего блока, представляющего собой устный ответ на предложенную тему и собеседование с преподавателем, студент может получить максимум 20 баллов при выполнении следующих условий:

студентом представлено развернутое монологическое высказывание, содержащее от 10 предложений – начисляется до 10 баллов, при представлении в монологическом высказывании менее 10 предложений количество начисленных баллов соответствует количеству сказанных развернутых предложений, монологическое высказывание студента насыщено активным вокабуляром по предложенной теме – начисляется до 2 баллов, в монологическом высказывании студента отсутствуют грамматические ошибки – начисляется

до 3 баллов, студентом даны ответы на заданные преподавателем дополнительные вопросы – начисляется до 5 баллов, в зависимости от скорости реагирования студентом на поставленный вопрос, полноты ответа, наличия грамматических ошибок и ошибок на употребление слов.

Общая суммарная оценка за выполнение задания «Итоговое тестирование по курсу /Final test» может составлять максимум 100 баллов.

Далее, баллы, начисленные студенту за выполнение тестовой части (Блок 1) автоматически пересчитываются системой в 4-балльную шкалу (от «5» до «2»). Баллы, начисленные студенту за выполнение заданий Блока 2 и Блока 3 (до 20 баллов за каждый блок) пересчитываются преподавателем по схеме:

1-5 баллов – оценка «2»,

6-10 баллов – оценка «3»,

11-15 баллов – оценка «4»,

16-20 баллов – оценка «5».

Таким образом, за итоговое тестирование студент получает три оценки за каждый блок и выводится средняя оценка за тестирование целиком.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Карасёва Е.В.	Немецкий язык для магистрантов: учебное пособие: для студентов 1 курса по профилю подготовки "магистр" очной и очно-заочной формы обучения	Елецкий государственный университет им. И. А. Бунина, 2020	https://e.lanbook.com/book/331898
Л1.2	Т. А. Яшина, Д. Н. Жаткин.	Английский язык для делового общения: учебное пособие	Флинта, 2021	https://e.lanbook.com/book/166592
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Слуднева, Л. В.	Деловое и научное общение на английском языке: учебное пособие	, 2018	URL: https://e.lanbook.com/book/117586

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"		
	Название	Эл. адрес
Э1	Электронный курс на платформе АлтГУ Moodle (английский язык)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8152
Э2	Электронный курс на платформе АлтГУ Moodle (немецкий язык)	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=4997
6.3. Перечень программного обеспечения		
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader(http://www.wimages.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>		
6.4. Перечень информационных справочных систем		
<p>http://dictionary.cambridge.org/ http://engood.ru/ http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/ http://www.macmillandictionary.com/ https://www.collinsdictionary.com/ https://www.merriam-webster.com/</p>		

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
513Д	лаборатория "Лингафонный кабинет фмкфип"- учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 20 посадочных мест; рабочее место преподавателя; интерактивная доска в комплекте; рабочее место преподавателя в комплекте (стол, ПК, гарнитура); 20 рабочих мест студента в комплекте (стол, гарнитура, цифровой пульт); специализированное коммутационное устройство «Норд Ц» в комплекте; компьютер: модель Инв. №0160604664 - 1 единица; проектор: марка SMART модель UF70 - 1 единица; интерактивная доска: марка SmartBoard модель SB480iv3 - 1 единица; монитор: марка ViewSonic модель VA1948M-

Аудитория	Назначение	Оборудование
		LED - 1 единица; микросистема преподавателя Panasonic SA-PM07; учебно-наглядные пособия, карты
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Курс ИНОСТРАННЫЙ ЯЗЫК В СФЕРЕ ДЕЛОВОГО И ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБЩЕНИЯ предназначен для студентов магистратуры АлтГУ первого года обучения. Целью курса является формирование компетенций, связанных с осуществлением коммуникации на иностранном языке в сфере академического, делового и профессионального общения в различных областях деятельности, в том числе с применением современных коммуникативных технологий.

Курс предназначен как для студентов, обучающихся по гуманитарным направлениям подготовки, так и для студентов, обучающихся по естественнонаучным направлениям подготовки, поскольку в нем предусмотрены задания, направленные на отработку универсальных коммуникативных навыков и технологий, общих для любых областей профессиональной деятельности, а также более предметные задания, направленные на отработку словарного запаса и способов ведения коммуникации в конкретных профессиональных сферах.

Поскольку студенты магистратуры могут иметь разный уровень владения английским/немецким языком, в зависимости от того, какое направление бакалавриата они закончили, в курсе предусмотрены задания как для студентов, имеющих базовые знания языка на уровне бакалавриата, так и для студентов, профессионально изучавших язык ранее. В частности, в курсе имеются задания, направленные на достижения достаточного уровня знания иностранного языка, который требуется в соответствии с государственным стандартом, а также задания повышенного уровня сложности, в том числе задания, нацеленные на отработку умений и навыков, необходимых для сдачи международных экзаменов по английскому/немецкому языку.

Курс состоит из 12 изучаемых тем, направленных на формирование навыков использования английского/немецкого языка в сфере академического, делового и профессионального общения. Чему посвящена каждая тема вы можете узнать из названия и описания темы. Темы подобраны таким образом, чтобы обеспечить сформированность у выпускников магистратуры компетенций по осуществлению научной профессиональной коммуникации (написание научных статей и докладов, подготовка публичной речи и визуальных сопровождающих материалов и т.д.), навыков делового общения (оформление письменной деловой документации, отработка устных коммуникативных технологий в деловой сфере), и работы в условиях международной коммуникации в широком контексте.

В рамках каждой темы представлен блок заданий на отработку соответствующих навыков и умений. Набор заданий может варьироваться от одной темы к другой, но в целом в рамках курса предусмотрены задания на отработку навыков чтения и понимания, говорения, слушания, письменных навыков, задания на разбор конкретной ситуации, интерактивные задания, задания на работа в команде или группе, а также материал для самостоятельного изучения. В конце каждой темы имеется проверочный тест по содержанию темы.

Для получения зачета по дисциплине после завершения курса студент должен пройти итоговое тестирование.

Итоговая оценка за курс выставляется при учете оценки, полученной студентом за Итоговое тестирование по курсу, и оценок, полученных за выполнение заданий в рамках курса.

Аудиторная работа

Аудиторная работа направлена на развитие навыков письменного и устного общения и осуществляется под руководством преподавателя. Основными задачами изучения дисциплины являются:

- накопление и практика вокабуляра;

- формирование навыков научной монологической речи;
- совершенствование навыков ведения диалога на профессиональные темы, обсуждения услышанного (прочитанного, увиденного);
- формирование навыков выступления с докладом (презентацией) на тему, связанную со специальностью (5-10 минут).
- овладение и развитие навыков работы с англоязычным текстом профессиональной тематики (поисковое и просмотровое чтение, передача краткого содержания, подробный пересказ, умение делать выводы);
- навыки письма (эссе, резюме, отчет, и т.д.)

На занятиях по английскому языку студент должен иметь:

- англо-русский словарь;
- русско-английский словарь;
- используемые учебники и пособия.

На занятиях по немецкому языку студент должен иметь:

- немецко-русский словарь;
- русско-немецкий словарь;
- используемые учебники и пособия.

Самостоятельная (внеаудиторная) работа

Самостоятельная подготовка включает в себя выполнение домашних заданий. Эффективность обучения во многом зависит от правильной организации самостоятельной работы.

Подготовка к занятиям

Основной целью организации подготовки к практическим занятиям является развитие навыков чтения, письма, говорения и аудирования. При подготовке к каждому занятию необходимо обратиться к уроку в учебнике по данной теме и дополнительным учебным пособиям, чтобы уточнить новую лексику, терминологию, грамматические структуры.

Произношение и чтение

Правильное произношение – гарантия понимания не только устной, но и письменной речи, так как чтение и письмо происходят под контролем слуха и сопровождаются проговариванием на уровне внутренней речи. Неправильное чтение слова приводит к его неправильному запоминанию и не узнаванию.

Основные сложности овладения произношением обусловлены следующими причинами:

- несовпадением звуковых систем русского и английского/немецкого языков.
- Следует изучить фонетическую систему английского/немецкого языка, научиться правильно и четко произносить звуки.
- отсутствие автоматизации фонетических навыков. Следует регулярно выполнять фонетические упражнения, прослушивать звукозаписи и передачи с английской/немецкой речью, смотреть фильмы и телепередачи на английском/немецком языке.
- частым несовпадением звучания и написания. Следует изучить правила чтения букв и буквосочетаний, регулярно их повторять.
- несовпадение интонационных систем английского/немецкого и русского языков.

Следует изучить правила слогаделения, членения речевого потока на ритмические группы и синтагмы, усвоить основные интонационные модели.

Лексика

Потенциальный запас лексики может быть почти удвоен за счет:

- 1) усвоения системы словообразования;
- 2) запоминания значений словообразовательных элементов (префиксов, суффиксов), что позволит выводить значения производных слов;
- 3) изучения интернациональной лексики.

Работая над переводом текста или упражнения, следует выписывать в тетрадь-словарик встречающиеся незнакомые слова в их исходной (словарной) форме: глаголы – в неопределенной форме, существительные – в форме единственного числа, прилагательные – в форме положительной степени.

Найдя слово в словаре, внимательно прочитайте всю словарную статью. Помните, что словарь чаще всего дает не однозначный перевод слова с одного языка на другой, а предлагает несколько, иногда много, значений. Правильный перевод возможен только с учетом общего смысла, контекста.

Заучивать следует в первую очередь наиболее часто встречающиеся слова. Их надо сразу выделять в тетради-словарике и работать над ними: повторять, писать под диктовку, составлять с ними словосочетания и предложения, стараться в дальнейшем находить в тексте их однокоренные слова, определять их синонимы, антонимы и т.д. Нельзя забывать, что только постоянная работа над лексикой поможет выучить и активно использовать нужное количество слов.

Работа над текстом

В зависимости от цели, которую ставит перед собой читающий, и от скорости чтения выделяют:

- изучающее чтение;
- селективное (быстрое) чтение, включающее ознакомительное,
- просмотровое и поисковое.

Изучающее чтение предполагает полное и адекватное понимание всей информации текста.

Ознакомительное чтение предусматривает быстрое прочтение всего текста (скорость около 180-190 слов в минуту) с полным пониманием основной информации текста.

Просмотровое чтение позволяет выяснить, о чем идет речь в тексте. Этот вид чтения используется, когда необходимо определить, насколько важна или интересна для читающего информация, содержащаяся в тексте.

Поисковое чтение даёт возможность находить в тексте те элементы информации, о которых заранее известно, что они имеются в тексте.

Не следует выписывать незнакомые слова сразу из всего текста и переводить их изолированно. Этот способ не оправдывает себя: во-первых, о значении некоторых слов можно догадаться, переведя предыдущую часть текста. Во-вторых, придется выписывать либо все значения многозначного слова, либо первое попавшееся, которое может и не подойти для данного предложения, и тогда нужно будет снова обращаться к словарю, отыскивая другое, подходящее значение слова.

При устном переводе текста последовательность действий остается практически той же. Следует только более тщательно переводить новые слова, что поможет при сдаче текста преподавателю.

Все виды селективного (быстрого) чтения предполагают охват общего содержания текста без использования словаря. Следует постараться уловить смысл прочитанного, опираясь на знакомые слова.

Контроль понимания может осуществляться разными способами: студент должен изложить своими словами на русском или английском/немецком языке содержание всего текста или его части; составить план пересказа; озаглавить абзацы или другие структурные единицы текста; ответить на вопросы или выбрать правильный ответ из нескольких предложенных вариантов и т.д.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Командообразование и лидерские навыки рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

к.э.н., доцент, Ануфриева Ирина Юрьевна; к.э.н., зав. каф., доцент, Рудакова Оксана Юрьевна

Рецензент(ы):

к.э.н., доцент, Петрова Людмила Ивановна

Рабочая программа дисциплины

Командообразование и лидерские навыки

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:

42.04.05 Медиакоммуникации

утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Протокол от 07.06.2023 г. № 11

Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.э.н., доцент Рудакова Оксана Юрьевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра менеджмента, организации бизнеса и инноваций

Протокол от 07.06.2023 г. № 11

Заведующий кафедрой *к.э.н., доцент Рудакова Оксана Юрьевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	дать комплексные знания о командообразовании и лидерстве, сформировать умения и навыки эффективного применения полученных знаний на практике.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-3	Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-3.1	Знает правила командной работы; необходимые условия для эффективной командной работы
УК-3.2	Планирует командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение разных идей и мнений; прогнозирует результаты действий; вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели
УК-3.3	Осуществляет деятельность по организации и руководству работой команды для достижения поставленной цели
УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
УК-6.1	Проводит самоанализ и самооценку, определяет направления повышения личной эффективности в профессиональной деятельности
УК-6.2	Выстраивает индивидуальную образовательную траекторию развития; планирует свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивает эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач; применяет разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания
УК-6.3	Владеет навыками эффективного целеполагания; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические правила командной работы; необходимые условия для эффективной командной работы; основы проведения самоанализа и самооценки, и саморазвития (в том числе здоровьесбережение) и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки определяет направления повышения личной эффективности в профессиональной деятельности.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	планировать командную работу, распределяет поручения и делегирует полномочия членам команды; организует обсуждение разных идей и мнений; прогнозирует результаты действий; вырабатывает командную стратегию для достижения поставленной цели; выстраивать индивидуальную образовательную траекторию развития; планировать свою профессионально-образовательную деятельность; критически оценивать эффективность использования времени и других ресурсов при решении поставленных задач; применять разнообразные способы, приемы техники самообразования и самовоспитания.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками деятельности по организации и руководству работой команды для достижения поставленной цели;

	навыками эффективного целеполагания; приемами саморегуляции, регуляции поведения в сложных, стрессовых ситуациях.
--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Командообразование						
1.1.	Команда как особый тип организации: сущность, миссия. Виды команд.	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.2.	Команда как особый тип организации: сущность, миссия. Виды команд.	Практические	1	1		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.3.	Команда как особый тип организации: сущность, миссия. Виды команд.	Сам. работа	1	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.4.	Теоретико-методологические подходы к командообразованию	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.5.	Теоретико-методологические подходы к командообразованию	Практические	1	1		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.6.	Теоретико-методологические подходы к командообразованию	Сам. работа	1	4		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.7.	Структура команды. Классификация ролей в команде.	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.8.	Структура команды. Классификация ролей в команде.	Практические	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
1.9.	Структура команды. Классификация ролей в команде.	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Лидер в современном обществе.						
2.1.	Рольевые функции и характеристики лидера	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.2.	Рольевые функции и характеристики лидера	Практические	1	1		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.3.	Рольевые функции и характеристики лидера	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.4.	Личностный ресурс и основные компетенции в реализации лидерской позиции	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
2.5.	Личностный ресурс и основные компетенции	Практические	1	1		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	в реализации лидерской позиции					
2.6.	Личностный ресурс и основные компетенции в реализации лидерской позиции	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Управление командой. Эффективность работы команды						
3.1.	Управление командой в системе управления персоналом	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.2.	Управление командой в системе управления персоналом	Практические	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.3.	Управление командой в системе управления персоналом	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.4.	Формирование и развитие команды	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.5.	Формирование и развитие команды	Практические	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.6.	Формирование и развитие команды	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.7.	Организация работы команды: стратегические и операционные аспекты	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.8.	Организация работы команды: стратегические и операционные аспекты	Практические	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.9.	Организация работы команды: стратегические и операционные аспекты	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.10.	Профориентация, адаптация и развитие членов команды	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.11.	Профориентация, адаптация и развитие членов команды	Практические	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.12.	Профориентация, адаптация и развитие членов команды	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.13.	Мотивация, стимулирование и оплата индивидуального и командного труда	Лекции	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1
3.14.	Мотивация, стимулирование и	Практические	1	2		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	оплата индивидуального и командного труда					
3.15.	Мотивация, стимулирование и оплата индивидуального и командного труда	Сам. работа	1	8		Л1.1, Л2.2, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – Командообразование и лидерские навыки <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8520>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-3

Способен организовывать и руководить работой команды, вырабатывая командную стратегию для достижения поставленной цели

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Совокупность знаний, умений и способностей человека и группы к труду, выражает категория:

- а) трудовые ресурсы; в) трудовой потенциал; д) персонал;
б) экономически активное население; г) человеческие ресурсы; е) человеческий капитал.

ОТВЕТ: в

2. Персонал организации, занятый разработкой и принятием управленческих решений, представляет категория:

- а) служащие;
б) рабочие;
в) специалисты;
г) руководители.

ОТВЕТ: г

3. Система управления персоналом включает следующие основные функциональные элементы:

- а) планирование, организация, стимулирование и контроль персонала;;
б) персонал как система, кадровая политика, подбор персонала, адаптация, оценка, обучение, стимулирование и развитие персонала;
в) кадровое планирование, набор, отбор, адаптация, стимулирование, развитие персонала, его оценка;
г) социально-психологические, экономические и административные методы управления персоналом;
д) принципы управления персоналом.

ОТВЕТ: в

4. Принятие комплексно обоснованного управленческого кадрового решения по долгосрочному развитию Системы УП отражает принцип:

- а) целенаправленность; в) перспективность; д) плановость;
б) научность; г) прогрессивность; и) согласованность.

ОТВЕТ: :в

5. Что понимается под генеральным направлением работы с персоналом в организации?

- а) управление персоналом; в) кадровая политика; д) кадровая концепция;
б) кадровая стратегия; г) кадровая работа; е) философия УП.

ОТВЕТ: в

6. Какой метод кадрового планирования считается наиболее научно-обоснованным?

- а) интегральный метод; в) метод экспертных оценок; д) номенклатурный метод.
б) нормативный метод; г) математико-статистический метод;

ОТВЕТ: б

7. Укажите внутренние источники набора персонала:

- а) поиск среди бывших работников организации; г) частные кадровые агентства;
- б) через объявления в СМИ; д) ротация персонала в организации;
- в) поиск среди партнеров по бизнесу; е) через родственников и знакомых персонала.

ОТВЕТ: аде

8. Преимуществами внешних источников набора персонала являются:

- а) оперативность поиска; г) хорошее знание кандидата;
- б) прозрачность кадровой политики; д) специализированная подготовка;
- в) большой выбор кандидатур; е) приток новых идей в организацию.

ОТВЕТ: вде

9. К методам первичного отбора персонала (массового отсева) относятся:

- а) собеседование по найму; г) оценка документов кандидатов;
- б) цифровое профессиональное тестирование; д) медицинский осмотр;
- в) предварительная отборочная беседа; е) сравнительная оценка кандидатов.

ОТВЕТ: бвг

10. Стимулирование труда персонала включает следующие составные элементы:

- а) зарплата, доходы от предпринимательской деятельности, доходы от собственности, социальные выплаты, накопления;
- б) основная зарплата, премии, доплаты и надбавки, денежные вознаграждения;
- в) нормирование труда, тарифная система, формы и системы оплаты труда;
- г) материальное вознаграждение, денежное вознаграждение, моральное поощрение, условия труда;
- д) сдельная, повременная системы оплаты труда.

ОТВЕТ: г

11. Адаптация персонала традиционно включает следующие процедуры:

- а) испытательный срок, наставничество и консультирование, развитие человеческих ресурсов, обучение, расстановка по должностям;
- б) стажировка на рабочем месте, производственная практика, прикрепление наставника и отчет правлению предприятия;
- в) определение критериев адаптации, испытательный срок, плановое наставничество и консультирование, развитие новичка, подведение итогов адаптации.

ОТВЕТ: в

12. Вертикальная, горизонтальная и центростремительная карьеры образуют следующий вид карьеры:

- а) «лестница»; в) «змея»; д) скрытая карьера;
- б) «перекресток»; г) карьерный тупик е) «конус карьеры».

ОТВЕТ: е

13. Критериями отбора в кадровый резерв являются:

- а) образование;
- б) хобби и увлечения;
- в) деловые качества;
- г) возраст;
- д) социальный статус;
- е) физические характеристики.

ОТВЕТ: авг

14. Традиционно к активным методам внутриорганизационного обучения персонала относятся:

- а) деловые игры; г) тестирование;
- б) делегирование полномочий; д) инструктаж;
- в) лекции; е) ротация персонала.

15. В связи с утверждением в новой должности проводится аттестация следующих видов:

- а) индивидуальная;
- б) итоговая;
- в) специальная;
- г) самооценка;

д) промежуточная.

ОТВЕТ: в

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;

«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Целенаправленная деятельность руководящего состава организации, руководителей и специалистов подразделений системы управления персоналом, включающая разработку концепций и стратегии, кадровой политики, принципов и методов УП – это ...

ОТВЕТ: управление персоналом.

2. Совокупность всех знаний, умений и навыков человека (работника), которые используются для решения глобальных, долгосрочных и принципиально новых задач УП организации – означает ...

ОТВЕТ: человеческие ресурсы.

3. Основной штатный состав работников организации, как правило, за исключением руководства, выполняющих различные производственно-хозяйственные функции – это ...

ОТВЕТ: персонал организации.

4. Укажите в логической последовательности основные направления работы с персоналом.

ОТВЕТ: разработка кадровой политики, кадровое планирование, поиск персонала, отбор персонала, адаптация персонала, стимулирование персонала, развитие и обучение персонала, управление карьерой, аттестация (оценка) персонала.

5. Какой показатель текучести персонала считается допустимым в теории персонала?

ОТВЕТ: 3-5 % %.

6. Какой численный норматив управления персоналом считается оптимальным на одного управленца?

ОТВЕТ: 5-7 человек.

7. Совокупность приемов, методов, принципов, форм организационного механизма по выработке стратегических целей и задач, направленных на формирование и развитие кадрового потенциала организации, своевременно реагирующего на рыночные изменения с учетом стратегий развития организации – это...

ОТВЕТ: кадровая политика.

8. Кадровая политика, ориентированная на поступательно-плановое многовариантное решение проблем и собственные ресурсы организации в условиях кризиса, - это какая политика (укажите минимум 2 признака)?

ОТВЕТ: закрытая, активная, преобразующая.

9. Укажите 3-5 примеров современных кадровых технологий.

ОТВЕТ: кадровый аудит, маркетинг персонала, мониторинг персонала, инфорсинг, инсорсинг, аутсорсинг, коучинг, стаффинг и т.п.

10. Приведите 3 примера самых популярных внутренних источников набора персонала.

ОТВЕТ: прямой поиск внутри организации, поиск среди родственников и знакомых персонала, внутренняя база кандидатов.

11. Приведите 3 преимущества внешних источников набора персонала.

ОТВЕТ: большой выбор кандидатов, специализированная профессиональная подготовка, приток новых идей и сил в организацию и т.д.

12. Назовите 3 преимущества внутренних источников набора персонала.

ОТВЕТ: оперативность поиска, минимальные затраты ресурсов, прозрачность кадровой политики, хорошее знание кандидата и т.д.

13. Укажите первоначальный этап в логической последовательности мероприятий этапов отбора персонала.

ОТВЕТ: Выбор и утверждение критериев отбора.

14. Какой этап отбора персонала пропущен в списке: Профессиональные тестирования. Оформление трудоустройства. Собеседование по найму. Принятие комиссией решения о найме и оповещение кандидатов о нем. Предварительная отборочная беседа. Подписание контракта. Проверка отзывов и рекомендаций кандидатов. Медицинский осмотр кандидатов.

ОТВЕТ: Выбор и утверждение критериев отбора кандидатов.

15. Совокупность внешних побудительных факторов к целенаправленной трудовой деятельности называют ...

ОТВЕТ: стимулирование.

16. Совокупность внутренних побудительных сил к труду личности называют...

ОТВЕТ: трудовая мотивация.

17. Процесс приспособления работников к новым условиям трудовой среды и организации к новичку, активное взаимовлияние друг на друга называется ...

ОТВЕТ: адаптация персонала.

18. Какая адаптация отражает приспособление новичка к традициям и обычаям проведения в организации свободного времени?

ОТВЕТ: культурно-бытовая.

19. Карьера, основанная на смене равноценной должности без формальной смены статусно-квалификационного уровня, называют...

ОТВЕТ: горизонтальная.

20. Пик квалификации, обучение молодежи, независимость приходится на какой один этап карьеры работника?

ОТВЕТ: сохранение.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-6

Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Какое из определений является неверным?

а) Команда – группа единомышленников, решающих общую задачу и обладающих взаимодополняющими навыками и качествами. Для достижения стоящей перед ними цели члены команды вместе формулируют задачи и стратегию работы, за которую они несут взаимную ответственность.

б) Команда – это автономный самоуправляемый коллектив профессионалов, способный оперативно, эффективно и качественно решать поставленные перед ним задачи.

в) Команда – это группа людей, которые выполняют определенную работу за денежное вознаграждение.

ОТВЕТ: в

Вопрос 2. Выберите характерные особенности работы команды в отличие от работы малых групп:

- а) решение простых задач;
- б) разнообразие мнений и решений;
- в) широкий диапазон компетенций;
- г) узкий диапазон компетенций.

ОТВЕТ: бв

Вопрос 3. Наличие сильного формального лидера, склонного к авторитарному стилю управления; сильные позиции лидера (обладает всей полнотой принятия решения); жесткая дисциплина: беспрекословное подчинение лидеру всех членов (основание для подчинения — страх лишиться места в группе и материальных благ) осуществление контроля лидером наличие общей цели, - это черты какого типа команды/группы работников согласно признаку типологизации по интересам и мотивации к совместной деятельности:

- а) тусовка; б) кружок;
- в) отряд; г) кооперация; д) команда.

ОТВЕТ: в

Вопрос 4. Укажите типичные командные проблемы:

- а) неограниченное господство лидера;
- б) отсутствие творческих подходов к решению проблем;
- в) четкая определенность функций каждого члена коллектива;
- г) высокий уровень рефлексивной самоорганизации коллектива.

ОТВЕТ: аб.

Вопрос 5. Укажите роли членов команды по Белбину:

- а) лидер; б) мыслитель; в) разведчик; г) коллективист.

ОТВЕТ: бг.

Вопрос 6. Укажите позитивные роли членов команды:

- а) генератор идей; б) моралист; в) идеолог; г) манипулятор; д) критик.

ОТВЕТ: авд

Вопрос 7. Укажите негативные роли членов команды:

- а) критикан; б) идеолог; в) теоретик; г) манипулятор; д) всезнайка.

ОТВЕТ: агд

Вопрос 8. Выберите два верных определения лидерства:

- а) Лидерство – это умение так организовать взаимодействие с людьми, чтобы каждый из них искренне захотел достичь поставленной лидером цели.
- б) Лидерство – это стиль руководства, который характеризуется централизацией руководителем управленческих функций и систематическим контролем за качественным выполнением их деятельности.
- в) Лидерство – это процесс социального влияния, благодаря которому лидер получает поддержку со стороны других членов сообщества для достижения цели.

ОТВЕТ: ав

Вопрос 9. Какое из определений типа лидерства является неверным?

- а) Авторитарное (деспотичное) – лидер раздает четкие поручения и единолично принимает решения.
- б) Народное (демократичное): лидер поддерживает коллаборации, а решения принимает вся группа.
- в) Эталонное – лидер не включен в процесс, а у группы полная свобода действий.

ОТВЕТ: в

Вопрос 10. Какова оптимальная численность сотрудников в команде согласно «Закону парадокса и кооперации»?

- а. не более 12-15 человек.
- б. определяется сложностью и количеством бизнес-процессов.
- в. 20-25 человек.
- г. определяет руководитель исходя из своего видения и целей.

ОТВЕТ: а

Вопрос 11. Выберите 3 основные характеристики эффективной команды.

- а. Имеют лидера, являющегося ядром команды, отличаются высоким качеством конечных результатов

своей деятельности, члены команды хорошо сотрудничают и взаимодействуют друг с другом.

б. Члены команды высокопрофессиональны, обладают богатым опытом, они экстраверты и нацелены на карьерный рост в организации.

в. Состав команды хорошо сбалансирован в зависимости от ролей, выполняемых членами команды, менеджеры команды пользуются большим уважением благодаря примеру, который они подают членам команды, имеют высокую степень автономности.

г. Способны быстро учиться на собственных ошибках, хорошо ориентированы на клиента, потребителя, имеют навыки оптимального решения проблем и регулярно следят за их разрешением, участники высокоэффективных команд хорошо мотивированы на результат.

ОТВЕТ: абв

Вопрос 12. Выберите две основные задачи лидера в команде:

а. Создает особые способы взаимодействия между подчиненными, правила коммуникации, благодаря этому организует эффективную работу и поддерживает собственный статус.

б. Создает идею, подбирает сотрудников, расписывает им функциональные обязанности, организывает оценку и контроль, презентует окончательный вариант проекта заказчику.

в. Влияет на людей силой своего убеждения, а не силой статуса, предлагает высокие цели, ведет участников команды за собой.

ОТВЕТ: ав

Вопрос 13. Какие этапы развития команды традиционно соблюдает лидер?

а) формирование, смятение, нормирование, зрелость, расформирование;

б) анализ среды, формирование целей и задач, разработка и выбор стратегии, реализация стратегии, контроль;

в) формирование, развитие, стагнация, спад.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 14. Что характеризует лидера кризисного типа?

а) компетенции не соответствуют занимаемой должности;

б) сильная воля;

в) генерация идей;

г) властность.

ОТВЕТ: аг.

Вопрос 15. «Синергия» – это

а. суммирующий эффект взаимодействия двух или более факторов, характеризующийся тем, что их действие существенно превосходит эффект каждого отдельного.

б. выявление самого эффективного средства взаимодействия между людьми.

в. совместное действие двух или нескольких органов.

ОТВЕТ: а

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Небольшая группа людей (5–12 чел.), взаимодополняющих и взаимозаменяющих друг друга в ходе достижения поставленных целей называется ...

ОТВЕТ: команда.

2. Взаимодействие людей основано на общности потребностей, мотивов, интересов и т.п. Динамика потребностных состояний, присущая каждому человеку, делает такое объединение людей временным, нестабильным: люди взаимодействуют до тех пор, пока интересы совпадают и расходятся при расхождении интересов. Если деятельность постоянна и нет возможности просто «уйти», то в рамках данного типа объединения возникают и меняются микрогруппообразования по симпатиям. Хотя, таким образом, «тусовка» возможна и в жестко нормированной деятельности.

- Это характерно для какого типа команды по признаку интереса и мотивации в совместной деятельности

(тусовка, кружок, отряд, кооперация, команда)?

ОТВЕТ: тусовка.

3. Кто автор определения таких членов команды, как: Доводящий до конца, Возмутитель спокойствия, Действующий, Коллективист, Мыслитель, Оценивающий, Председатель, Исследователь ресурсов?

ОТВЕТ: Белбин.

4. Какова оптимальная численность сотрудников в команде согласно «Закону парадокса и кооперации»?

ОТВЕТ: не более 12-15 человек.

5. Какой позитивной роли членов коллектива соответствует данная характеристика:

Это член группы, склонный и проявляющий активность в рамках фиксированной программы; индивидуализирует активное воздействие на достижение значимых целей по принципу "делай как я", либо проявляет активность в вовлечении партнеров в реализацию идеи, программы, проекта и т.п. и в их соорганизации (формирование "команды").

ОТВЕТ: лидер.

6. Назовите 3 основных стиля руководства коллективом?

ОТВЕТ: авторитарный (директивный), демократический (разрешительный) и либеральный (попустительский).

7. Какой стиль руководства коллективом считается самым успешным и почему?

ОТВЕТ: Демократический тип. Руководитель дает высказывать идеи подчиненным, прислушивается к их мнению. Люди максимально реализуют свой потенциал, при этом командное взаимодействие на высоком уровне.

8. Лидерство – это...

ОТВЕТ: Положение определенной личности в группе или в обществе в целом, которое характеризуется способностью занимающего его лица оказывать влияние на других людей, направляя их усилия на достижение определенных целей.

9. Общая структура стратегического управления включает в себя следующие этапы:

ОТВЕТ: 1) анализ среды, 2) определение миссии и целей, 3) выбор стратегии, 4) реализацию стратегии, 5) осуществление контроля.

10. Основное назначение стратегического планирования:

ОТВЕТ: Стратегическое планирование – это процесс определения направления развития компании, который обычно выполняют ее руководители. Он включает в себя установление приоритетов и принятие решений о том, как будут распределяться ресурсы, в целях поддержки выработанной концепции.

11. Целью саморазвития личности является: «...умение определять, что конкретно хочется получить, настойчивость в достижении намеченного, доведение дела до конца...». О какой универсальной компетенции идет речь?

ОТВЕТ: умение реализовывать замыслы

12. _____ – это изменения, которые происходят во внутреннем мире человека и выражаются в конструктивном овладении средой, социально полезном развитии и сотрудничестве с людьми». Вставьте пропущенное слово

ОТВЕТ: личностный рост ИЛИ личностно-профессиональное развитие менеджера как эффективного руководителя.

13. Охарактеризуйте демократический стиль руководства

ОТВЕТ: руководитель обычно советуется с подчиненными, используя их компетентность по специальным вопросам; стиль предполагает применение коллегиального метода принятия решений и характеризуется не навязыванием собственной воли руководителем подчиненным.

14. По какому признаку различают такие виды лидеров, как бытовой, социальный, политический?

ОТВЕТ: по масштабу деятельности.

15. Какие 3 вида лидеров традиционно различают по их назначению деятельности в организации?

ОТВЕТ: деловые, эмоциональные, ситуативные.

16. Для какого типа лидера характерны такие функции: Сильная сторона такой личности – эмпатия. Он с почтительностью относится ко всем членам команды, управляет конфликтами, проявляет понимание и сочувствие.

ОТВЕТ: эмоциональный.

17. Какой это этап развития команды? Команда вступает в стадию стабильности, она способна решать самые сложные задачи, каждый ее член исполняет несколько функциональных ролей. На этом этапе команде присущи все те качества, которые мы сформулировали в виде списка тринадцати характеристик.

ОТВЕТ: зрелость.

18. Укажите основные классические этапы командообразования:

ОТВЕТ: формирование, смятение, нормирование, зрелость, расформирование.

19. Кризисному или антикризисному лидеру присущи такие навыки, как стратегическое управление, самостоятельность принятия управленческих решений, умелая координация деятельности членов команды и делегирования им полномочий.

ОТВЕТ: антикризисному.

20. Бизнес-аналитик в команде и технический лидер не могут найти общий язык и постоянно конфликтуют, обвиняя друг друга в некомпетентности. Аргументы для подтверждения своей точки зрения есть у обоих, личной неприязни до этого проекта не было замечено. Что можно сделать, чтобы уменьшить вероятность такой ситуации?

ОТВЕТ: Можно провести структурные изменения (поменять структуру команды) ИЛИ Можно более четко разграничить и прописать конкретные функции каждого исполнителя.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета (для обучающихся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости) по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - Командообразование и лидерские навыки <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8520>. Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 60.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
--	--------	----------	-------------------	-----------

Л1.1	Ридецкая О.Г.	Эффективное лидерство. Хрестоматия. Учебно-методический комплекс : Университетская библиотека online	М.: Директ-Медия, 2012	
Л1.2	Басманова, Н.И.	Тренинг командообразования : учебное пособие	Технологический университет. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, , 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=572170
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Камнева, Е.В.	Тренинг командообразования и групповой работы : учебник для магистратуры	Москва : Прометей, 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=576048
Л2.2	Дейнека, А.В.; Беспалько В.А.	Управление человеческими ресурсами: учебник	Москва : Дашков и К°, 2020	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=573308
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Командообразование и лидерские навыки		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8520	
Э2	База данных по российским компаниям		www.fira.ru	
Э3	Федеральный образовательный портал «Экономика, социология, менеджмент»		http://www.ecsocman.edu.ru	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
1. Электронная база данных Гарант , КонсультантПлюс http://www.consultant.ru/ . 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение учебной дисциплины студентами предусматривает два вида работ:

- работа с преподавателем;
- самостоятельная работа.

Работа с преподавателем охватывает два вида учебных занятий: лекционные занятия и практические (лабораторные) занятия. Последовательность проведения данных занятий, их содержание определяются настоящей программой. Посещение данных занятий является обязательным для всех студентов.

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала, обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации, задавать преподавателю уточняющие вопросы с целью уяснения теоретических положений, разрешения спорных ситуаций.

Практическое (лабораторное) занятие требует подготовки студентов, предусматривающей изучение теоретического материала по теме занятия с использованием учебной литературы, перечень которой приведен в данной рабочей программе. Результат такой работы должен проявиться в способности свободно ответить на теоретические вопросы, обсуждаемые на практическом занятии, выступать и участвовать в коллективном обсуждении вопросов изучаемой темы, правильно выполнять практические задания.

Вторым видом работы студента, выполняемым им при изучении курса, является самостоятельная работа, которая помимо подготовки к практическим занятиям предусматривает изучение нормативных, правовых актов и рекомендованной основной и дополнительной литературы.

Цель самостоятельной работы - закрепить полученные знания на лекциях, практических (лабораторных) занятиях, углубить и расширить их, сформировать умения и навыки по решению вопросов, составляющих содержание курса.

При необходимости в процессе самостоятельной работы студент может получить индивидуальную консультацию у преподавателя.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Межкультурное взаимодействие в современном мире

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра всеобщей истории и международных отношений
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):

д.ист.наук, Зав.кафедрой, Чернышов Юрий Георгиевич; к.ист.наук, Доцент, Козулин Вячеслав Николаевич; к.фил.наук, Доцент, Казакова Ольга Михайловна

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины

Межкультурное взаимодействие в современном мире

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:

42.04.05 Медиакоммуникации

утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра всеобщей истории и международных отношений

Протокол от 26.06.2023 г. № 11

Срок действия программы: 2023-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой

к.и.н., доцент Усольцев С.А.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра всеобщей истории и международных отношений

Протокол от 26.06.2023 г. № 11

Заведующий кафедрой *к.и.н., доцент Усольцев С.А.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Основной целью изучения курса является формирование способностей анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия, применять коммуникативные технологии (в том числе на иностранном языке).
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-4	Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия
УК-4.1	Определяет особенности академического и профессионального делового общения, учитывает их в профессиональной деятельности
УК-4.2	Эффективно применяет вербальные и невербальные средства взаимодействия в профессиональной деятельности
УК-4.3	Применяет современные коммуникативные технологии при поиске и использовании необходимой информации
УК-4.4	Представляет результаты профессиональной деятельности на различных публичных мероприятиях
УК-5	Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия
УК-5.1	Знает основные понятия истории, культурологии, закономерности и этапы развития духовной и материальной культуры народов мира, подходы к изучению культурных явлений, основные принципы межкультурного взаимодействия в зависимости от различных контекстов развития общества; многообразия культур и цивилизаций
УК-5.2	Определяет и применяет способы межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; применяет научную терминологию и основные научные категории гуманитарного знания
УК-5.3	Владеет навыками применения способов межкультурного взаимодействия в различных социокультурных ситуациях; навыками самостоятельного анализа и оценки социальных явлений

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	комплекс причин появления социальных обычаев и различий в поведении людей на основе объяснения социального и культурного многообразия как фактора, обогащающего личность и коллектив; национальные, этнокультурные и конфессиональные особенности и народные традиции населения; сущность, виды, принципы и особенности социальной регуляции межкультурного взаимодействия.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	анализировать и прогнозировать особенности поведения и мотивации людей различного социального и культурного происхождения в процессе межкультурного взаимодействия с ними; осуществлять комплексный анализ особенностей межкультурного взаимодействия с учетом национальных, этнокультурных, конфессиональных различий.

3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	различными моделями анализа разнообразия культур в процессе межкультурного взаимодействия; технологиями создания благоприятной среды для межкультурного взаимодействия, соблюдая этические нормы и права человека, в целях успешного выполнения профессиональных задач; речевыми стратегиями, позволяющими решать поставленные коммуникативные задачи.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1. Теоретические аспекты межкультурного взаимодействия. Содержание основных понятий.						
1.1.	Введение. Межкультурное взаимодействие: основные подходы и ключевые понятия.	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.3, Л1.4
1.2.	Барьеры на пути межкультурного взаимодействия.	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.3
1.3.	Барьеры на пути межкультурного взаимодействия.	Практические	2	2		Л1.2, Л1.3
1.4.	Пути и способы развития межкультурного взаимодействия.	Лекции	2	2		Л1.4
1.5.	Пути и способы развития межкультурного взаимодействия.	Практические	2	2		Л1.4
Раздел 2. Раздел 2. Россия и Запад: проблемы взаимовосприятия народов. История и современность.						
2.1.	Проблема «чужого» в современной науке. Имагология. Проблемы взаимодействия и взаимовосприятия народов России и Запада (вводная тема).	Лекции	2	2		Л1.2, Л1.3, Л1.4
2.2.	Русь, Московия и Запад: формирование тенденций взаимовосприятия (X—XVII вв.).	Лекции	2	2		Л1.4
2.3.	Формирование образа Московского государства в европейской литературной традиции.	Практические	2	2		Л1.4

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.4.	Россия и Запад в XVIII — начале XXI в.: сближение— противостояние— сближение...	Лекции	2	2		Л1.4
2.5.	Тенденции и стереотипы восприятия России и русских в европейской литературной традиции и общественном мнении XVIII — начала XXI в.	Практические	2	2		Л1.4
Раздел 3. Раздел 3. Лингвистические и культурные аспекты коммуникации в современном мире.						
3.1.	Язык и культура. Языковая картина мира.	Лекции	2	2		Л1.1
3.2.	Язык и культура. Языковая картина мира.	Практические	2	2		Л1.1
3.3.	Коммуникация и основы семиотики.	Лекции	2	2		Л1.1
3.4.	Коммуникация и основы семиотики.	Практические	2	2		Л1.1
3.5.	Отношение к миру в разных культурах через призму языка.	Лекции	2	2		Л1.1
3.6.	Отношение к миру в разных культурах через призму языка.	Практические	2	2		Л1.1
3.7.	Отношение ко времени и пространству в языке и культуре.	Лекции	2	2		Л1.1
3.8.	Отношение ко времени и пространству в языке и культуре.	Практические	2	2		Л1.1
3.9.	Подготовка к практическим занятиям и к зачету	Сам. работа	2	72		Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8043</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-4 Способен применять современные коммуникативные технологии, в том числе на иностранном(ых) языке(ах), для академического и профессионального взаимодействия</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА 1. Безэквивалентной лексикой называют слова, которые являются...</p>

А. оценочными

Б. не имеющими устойчивых соответствий в других языках

В. экспрессивные

ОТВЕТ: Б

2. К поведенческим (социальным) нормам не относятся:

А. артефакты

Б. законы

В. обычаи

ОТВЕТ: А

3. Как называется использование времени в невербальном коммуникационном процессе?

А. хронемика

Б. кинесика

В. проксемика

ОТВЕТ: А

4. Мимика представляет собой все изменения _____ человека, которые можно наблюдать в процессе общения.

А. поз

Б. выражения лица

В. движения глаз

ОТВЕТ: Б

5. То, какое значение в данной культуре имеют социальные роли, предписывающие определенное поведение представителям мужского и женского пола, показывает измерение культуры...

А. избегание неопределенности

Б. коллективизм — индивидуализм

В. маскулинность — феминность

ОТВЕТ: В

6. Каким видом коммуникации считается словесное взаимодействие сторон?

А. активным

Б. динамичным

В. вербальным

ОТВЕТ: В

7. Культуры, в которых прикосновение к коммуникативному партнеру очень распространено, называют:

А. контактными

Б. контекстными

В. монохронными

ОТВЕТ: А

8. Общества, в которых интересы группы превалируют над интересами индивида, называют:

А. индивидуалистскими

Б. коллективистскими

В. маскулинными

ОТВЕТ: Б

9. Когда теория межкультурной коммуникации выделилась в отдельную дисциплину?

А. в конце XX в.

Б. в середине XX в.

В. в начале XX в.

ОТВЕТ: Б

10. Выделите ключевую причину изучения принципов и стратегий межкультурной коммуникации в настоящее время.

А. расширение представлений о коммуникации за счет акцентирования невербального аспекта в передаче информации;

Б. стремление к сохранению уникальных культурных ценностей и норм в условиях интенсификация глобализационных процессов

В. углубление представлений о междисциплинарных связях лингвистики и ее прикладном значении

ОТВЕТ: Б

11. Осознание человеком своей принадлежности к какой-нибудь социокультурной группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире, называется...

А. идентичность

Б. индивидуализм

В. коллективизм

ОТВЕТ: А

12. Данным термином обозначается состояние физического и эмоционального дискомфорта,

возникающего в процессе приспособления личности к новому культурному окружению.

- А. культурный релятивизм
- Б. культурная компетенция
- В. культурный шок

ОТВЕТ: В

13. Упрощенная ментальная репрезентация определенной категории людей, преувеличивающая моменты сходства между ними и игнорирующая различия, называется...

- А. стереотип
- Б. категоризация
- В. предрассудок

ОТВЕТ: А

14. Основателем теории межкультурной коммуникации (МКК) считается:

- А. С.Г. Тер-Минасова
- Б. А.П. Садохин
- В. Э. Холл

ОТВЕТ: В

15. Определите среди приведенных примеров этнический стереотип.

- А. французы галантные
- Б. зима холодная
- В. Франция – европейская страна

ОТВЕТ: А

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что такое языковая картина мира?

Ответ: Это исторически сложившаяся в обыденном сознании данного языкового коллектива и отраженная в языке совокупность представлений о мире, определённый способ восприятия и устройства мира, концептуализации действительности.

2. Дайте определение термину «семиотика».

Ответ: Семиотика (также ее называют семиологией) – это междисциплинарная область исследований, изучающая знаки и знаковые системы, которые хранят и передают информацию. Помимо исследования знаковых систем, семиотика также принимает участие в их разработке (к примеру, в создании систем автоматизированного перевода и программировании), изучает ряд культурных явлений (ритуалы и мифы), слуховое и зрительное восприятие человека. Особое внимание эта наука уделяет знаковой природе текста, стремясь объяснить его в качестве языкового феномена. Семиотика это – общая теория, исследующая свойства знаков и знаковых систем. Согласно Ю.М. Лотману, под семиотикой следует понимать науку о коммуникативных системах и знаках, используемых в процессе общения.

3. Каковы основные свойства языкового знака?

Ответ: Двусторонность (наличие материальной формы и содержания) - языковой знак материален и идеален одновременно; он представляет собой единство звуковой оболочки (акустического образа) — означающего (формы) и обозначаемого понятия — означаемого (содержания). Означающее материально, означаемое идеально.

Противопоставленность другим знакам в языковой системе, условность (мотивированность).

4. Что такое наивная «анатомия» в языковой картине мира?

Ответ: Под «наивной анатомией» могут пониматься существительные, обозначающие человеческие способности (ум, память, сила, зрение), а также такие слова как: «воля», «душа», «дух» и т.д. Такая «анатомия» может варьироваться в разных языках, выдвигая на первое место по значимости разные «органы». Например, в русском языке ключевым «органом» является душа.

5. Чем отличаются подходы русской культуры и англосаксонской культуры к познанию?

Ответ: Англосаксонская культура ценит последовательность, точность, логические формулировки, отсутствие противоречий, отсутствие «эмоций», холодные рассуждения. А русская культура, напротив, с подозрением относится к сухой рациональности, пронизана эмоциональностью и даже «моральной страстностью».

6. Дайте определение термину «хронотоп».

Ответ: Под «хронотопом» понимается существенная взаимосвязь временных и пространственных отношений. Таким образом, пространство и время формируют основу картины мира.

7. Как понимается время в американской культуре?

Ответ: Время понимается как материальный ресурс, который позволяет создавать новые блага, Отсюда известная фраза: «Time is money».

8. Как определяется время суток в американской культуре?

Ответ: В этом есть свои особенности: у американцев АМ, то есть ante meridiem — промежуток from midnight until noon — после полуночи до полудня, а время from noon until midnight, то есть с полудня до полуночи, составляющее вторую половину суток, обозначается аббревиатурой РМ (post meridiem). Время делится на in the morning, — грубо говоря, с девяти до полудня; lunchtime — от полудня до двух; и in the afternoon — с двух до пяти. Начало отсчета суток у американцев начинается с полуночи.

9. Дайте определение термина «культура».

Ответ: Культура определяется как совокупность духовных и материальных ценностей, созданных группой людей. Кроме того, культура – это и образ мыслей, и поведение, и язык, и традиции. и материальные объекты, и методы, с помощью которых они создаются?

10. Когда появился термин «межкультурная коммуникация»?

Ответ: Понятие межкультурной коммуникации было введено в 1950-х американским культурным антропологом Эдвардом Холлом. Изучение межкультурной коммуникации было связано (и связано по сей день) с практическими интересами бизнесменов, политиков, дипломатов.

11. Дайте определение термина «языковой знак».

Ответ: Языковой знак – это двусторонняя единица языка, представляющая собой заменитель предмета в целях общения и позволяющая говорящему вызвать в сознании собеседника образ предмета или понятия. Это единица языка, служащая для обозначения предметов или явлений действительности и их отношений. Языковой знак обозначает отношения между элементами языка в составе сложных языков.

12. Дайте определение термину «культурный релятивизм».

Ответ: Культурный релятивизм — направление в антропологии, отрицающее этноцентризм и признающее все культуры равными. Каждая культура является уникальной системой ценностей. Начало этому направлению заложил ещё Франц Боас, впоследствии разработку продолжили его ученики.

13. Что понимается под процессом «ассимиляции»?

Ответ: Под ассимиляцией понимается процесс, в результате которого отличительные черты одного этноса заменяются чертами другого общества. При этом может быть утрачен язык, культура, и даже национальное самосознание. Ассимиляция может носить как естественный, так и насильственный характер.

14. Что такое сепарация (этническая)?

Ответ: Этническая сепарация – отделение определенной части народа от основной, которое приводит к образованию самостоятельного этноса. Причинами этнической сепарации может быть и переселение части исходного этноса, и государственно-политическое отделение части народа, и отделение группы этноса по религиозным аспектам и т.д.

15. Дайте определение термину «этноцентризм».

Ответ: Этноцентризм – мировоззрение, рассматривающее собственную культуру как образец, по которому выносятся суждения о людях других культур. Этноцентризм предполагает предпочтение своей этнической группы, проявляющееся в восприятии и оценке жизненных явлений сквозь призму традиций, ценностей.

16. Что такое стереотип (этнический/национальный)?

Ответ: Стереотип – исторически сложившиеся внешние или собственные представления о складе ума, менталитете и стандартном поведении представителей того или иного этноса. Стереотипы отличаются упрощенностью, односторонностью, а нередко и искаженностью.

17. Что такое идентичность (этническая)?

Ответ: Идентичность – осознание человеком своей принадлежности к какой-нибудь социокультурной

группе, позволяющее ему определить свое место в социокультурном пространстве и свободно ориентироваться в окружающем мире. Идентичность формируется в процессе социализации личности, с ростом самосознания человека.

18. Какие виды идентичностей бывают?

Ответ: Этническая, территориальная, конфессиональная, региональная, социальная, гражданская и другие виды. Кроме того, идентичность можно поделить на естественную, не требующую организованного участия по её воспроизводству, и искусственную, постоянно нуждающуюся в организованном поддержании.

19. Дайте определение термину «ксенофобия».

Ответ: Ксенофобия – нетерпимость к чужому, незнакомому, иностранному, восприятие чужого как опасного. Ксенофобия может рассматриваться и как механизм поддержания идентичности.

20. Под термином «мягкая сила» подразумевается...

Ответ: Мягкая сила – форма политической власти, способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности. Термин был введен во второй половине 1980-х годов, автором является Джозеф Най – американский политолог.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ УК-5

Способен анализировать и учитывать разнообразие культур в процессе межкультурного взаимодействия

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

1. Выберите верное название научного подхода к изучению этничности, в котором нация или этническая общность представлены как социальные конструкторы.

- А. примордиализм
- Б. ситуационизм (инструментализм)
- В. конструктивизм

ОТВЕТ: В

2. Как называется стратегия аккультурации, которая предполагает идентификацию как со старой, так и с новой культурой?

- А. маргинализация
- Б. ассимиляция
- В. интеграция

ОТВЕТ: В

3. Отрицание чужой культуры при сохранении идентификации со своей культурой называется...

- А. сегрегация
- Б. аккультурация
- В. сепарация

ОТВЕТ: В

4. Свойство сознания человека воспринимать и оценивать окружающий мир с точки зрения превосходства традиций и ценностей собственной этнической группы над другими, определяется как...

- А. патриотизм
- Б. этноцентризм
- В. эмпатия

ОТВЕТ: Б

5. К «природным» символам можно отнести...

- А. герб, гимн, флаг
- Б. леса, горы, озера
- В. известных политических лидеров

ОТВЕТ: Б

6. Образ своей социальной группы (собственного этноса)

А. экстраобраз

Б. интрообраз

ОТВЕТ: Б

7. Отрицание культуры и цивилизации, убеждение в том, что любое усовершенствование человеческой жизни и «отдаление от природы» вредно:

А. мягкий примитивизм

Б. культурный примитивизм

ОТВЕТ: Б

8. Какого термина в современной этнологии не существует?

А. стереотип отражения

Б. стереотип восприятия

В. стереотип поведения

ОТВЕТ: А

9. Какие этнические представления, согласно концепции французской исследовательницы С. Марандон, являются первичными?

А. этнические образы

Б. этнические предубеждения

В. этнические стереотипы

Г. этнические (национальные) идеи (мнения)

ОТВЕТ: Б

10. Группа идей, связанных с романтизацией простого (первобытного) образа жизни и отрицательным отношением к прогрессу и цивилизации:

А. примитивизм

Б. коммунизм

ОТВЕТ: А

11. Какие идеи способствовали идеализации «варваров» в античности?

А. идеи примитивизма

Б. идеи ромоцентризма

В. идеи христианства

ОТВЕТ: А

12. Идеализация прошлых времен, убеждение в том, что раньше «и трава была зеленее, и деревья выше», в концепции американских ученых А.О. Лавджоя и Дж. Боаса называется:

А. культурный примитивизм

Б. хронологический примитивизм

ОТВЕТ: Б

13. При каком русском князе появилась концепция «Москва— третий Рим»?

А. Иване III

Б. Василии III

В. Иване IV

ОТВЕТ: А

14. Какой европейский автор написал первое подробное сочинение о Московском государстве, которое считается первоисточником всех стереотипов о России?

А. Сигизмунд фон Герберштейн

Б. Адам Олеарий

В. Джайлс Флетчер

ОТВЕТ: А

15. Какой французский писатель, посетивший Россию в XIX в., описал ее в таком неприглядном свете, что с тех пор считается едва ли не самым главным «клеветником России»?

А. Астольф де Кюстин

Б. Теофиль Готье

В. Александр Дюма

ОТВЕТ: А

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий.

«не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

1. Что относится к государственным символам?

Ответ: К государственным символам относятся – герб, гимн и флаг. Данные символы устанавливаются специальными законами, традициями, обычаями, как правило – это исторически сложившиеся символы, которые отражают суверенитет государства.

2. Кем был впервые введен в научный оборот термин «мягкая сила»?

Ответ: Термин был введен Джозефом Наем. Под «мягкой силой» понималась форма политической власти, способность добиваться желаемых результатов на основе добровольного участия, симпатии и привлекательности.

3. Что можно отнести к инструментам «жесткой силы»?

Ответ: К таким инструментам можно отнести принуждение, силу, использование оружия, войск и т.д. Кроме того, «экономическая сила», а именно: экономические санкции, взятки также являются инструментами «жесткой силы».

4. Что такое «информационная война»?

Ответ: Информационная война – противоборство сторон посредством распространения специально подготовленной информации и противодействия аналогичному внешнему воздействию на себя. Информационная война – это война без правил, война без видимых разрушений и порой даже без четко определенного противника.

5. Какие бывают этнические стереотипы?

Ответ: Этнические стереотипы можно разделить на положительные (позитивные), отрицательные (негативные) и нейтральные. Кроме того, среди разновидностей этнических стереотипов выделяют: автостереотипы, гетеростереотипы и т.д.

6. Какие бывают символы, непосредственно оказывающие влияние на имидж государства?

Ответ: Символы бывают государственные, природные, исторические, религиозные, культурные и т.д. Кроме того, символами могут выступать и официальный язык государства, и денежная единица, и даже какие-либо институты общества.

7. Какие основные формы межкультурной коммуникации выделяют?

Ответ: Выделяют четыре основные формы межкультурной коммуникации — прямую и косвенную, опосредованную и непосредственную. При этом, в межкультурной коммуникации стоит учитывать внутренний и внешний контекст коммуникации.

8. Что можно отнести к инструментам информационной войны?

Ответ: К инструментам информационной войны можно отнести психологические операции, дезинформацию, прямые информационные атаки, искажение информации и т.д. В информационной войне не задействуются психоактивные вещества, прямой шантаж и запугивание (это характерно для терроризма), подкуп, физическое воздействие и т.д.

9. Кто ввел в научный оборот термин «имидж»?

Ответ: В научный оборот термин «имидж» ввёл американский экономист К. Боулдинг. В 60-е годы XX в. он рассматривал имидж с позиции практической значимости, поскольку привязывал этот феномен к экономической сфере.

10. Что из перечисленного относится к негативному этническому стереотипу: «русские – ленивые», «немцы – пунктуальные», «англичане любят пить чай», «в России всегда холодно»?

Ответ: «Русские – ленивые» – является негативным этническим стереотипом. Считается, что данный стереотип был создан иностранцами, посещавшими Россию в XVI–XVII вв.

11. Дайте определение термину «ассимиляция».

Ответ: Тип этнических процессов, представляющий собой взаимодействие двух этносов, в результате которого один из них поглощается другим и утрачивает этническую идентичность.

12. Что такое «бренд»?

Ответ: Торговая марка, имеющая определенные характерные ценные свойства и атрибуты. Обычно бренд тесно связан с репутацией компании, продукта или услуги в глазах клиентов, партнеров, общественности.

13. Что изучает «имиджелогия»?

Ответ: «Имиджелогия» — научно-практическое, прикладное направление, специализирующееся на

изучении формирования имиджа (публичных деятелей, фирм, городов, регионов, стран). Представители данного направления (профессии) называются имиджмейкерами.

14. Что входит в понятие «ксенофобия»?

Ответ: Страх, неприязнь и/или ненависть к кому-либо или чему-либо чужому, незнакомому, непривычному; восприятие чужого в негативном ключе, как непонятного, непостижимого и поэтому опасного и враждебного.

15. Как вы понимаете слово менталитет?

Ответ: Относительно целостная совокупность мыслей, верований, создающих коллективную картину мира и скрепляющих единство культурной традиции и какой-либо общности.

16. Как вы понимаете концепцию «Москва — Третий Рим».

Ответ: Геологическая, историософская и политическая концепция, утверждающая, что Москва является преемницей Римской империи и Византии. С этим связаны идеи об особой имперской миссии государства.

17. Что является национализмом?

Ответ: Идеология и направление политики, основополагающим принципом которых является тезис о ценности нации как высшей формы общественного единства, ее первичности в государствообразующем процессе.

18. Что в отечественной научной традиции обычно понимается под словом «нация»?

Ответ: Исторический тип этноса, представляющий собой социально-экономическую целостность, которая складывается и воспроизводится на основе общности территории, экономических связей, языка, некоторых особенностей культуры, психологического склада и этнического (национального) самосознания.

19. Какое явление называется пропагандой?

Ответ: Целенаправленное распространение взглядов, фактов, аргументов и других сведений, в том числе слухов или заведомо ложных сведений, для формирования общественного мнения или иных преследуемых целей.

20. Дайте определение этноса.

Ответ: Исторически сложившаяся на определенной территории устойчивая совокупность людей, обладающих общими, относительно стабильными особенностями культуры (в том числе языка), а также сознанием своего единства и отличия от всех других подобных образований (самосознанием), зафиксированным в самоназвании (этнониме).

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрены

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация в виде зачета может приниматься как в устной форме (которая предполагает ответы студентов на теоретические вопросы), так и выставляться по результатам выполнения студентами установленных программой видов работ, включая итоговый тест. Доступ к итоговому тесту открывается после просмотра всех лекций и выполнения всех практических заданий. Зачет получают те студенты, которые набрали при выполнении итогового теста 20 и более баллов. Для разных обучающихся учебной группы могут быть определены разные формы сдачи зачета в зависимости от качества их работы в

семестре изучения дисциплины. Вопросы к зачету, задания, которые должны выполнить студенты в семестре, (и форму его проведения) студенты получают на первом занятии по дисциплине в данном семестре. Присутствие посторонних лиц в ходе проведения аттестационных испытаний без разрешения ректора или проректора не допускается (за исключением работников университета, выполняющих контролирующие функции в соответствии со своими должностными обязанностями). В случае отсутствия ведущего преподавателя аттестационные испытания проводятся заведующим кафедрой. Инвалиды и лица с ограниченными возможностями здоровья, имеющие нарушения опорно-двигательного аппарата, допускаются на устные аттестационные испытания в сопровождении ассистентов-сопровождающих.

Во время аттестационных испытаний обучающиеся могут пользоваться программой учебной дисциплины.

Оценка результатов аттестационного испытания объявляется обучающимся в день его проведения.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ ДЛЯ ЗАЧЕТА

1. Содержание и соотношение понятий «межкультурное взаимодействие» и «межкультурная коммуникация».
2. Примордиалистский и конструктивистский подходы к проблеме этничности и этнокультурная идентичность.
3. Ассимиляция, сепарация, маргинализация, интеграция как стратегии аккультурации.
4. Влияние стереотипов и предрассудков на процесс межкультурного общения.
5. Информационные войны и «мягкая сила», их влияние на межкультурное взаимодействие в современном мире.
6. Роль имиджей и символов (этноса, страны, государства) в межкультурном взаимодействии.
7. Имагология как научное направление: история возникновения, современный этап развития, представители направления в России и за рубежом.
8. Формирование стереотипов восприятия «Московии» и ее жителей в европейской литературной традиции XV—XVII вв. Основные сочинения европейской «Россики» этого периода.
9. Особенности восприятия России и русских во французской литературной традиции и общественном мнении XIX—XX вв.
10. «Русофильство» и «русофобия» в немецкой литературной традиции и общественной мысли XVIII—XIX вв.
11. Эволюция образа Запада в отечественной литературной традиции и общественном мнении XVIII — начала XXI в.
12. Особенности восприятия Советской России и СССР на Западе в XX веке: различные тенденции и эволюция восприятия.
13. В чем заключается теория лингвистической относительности Э. Сепира и Б. Уорфа?
14. Языковая картина мира. Примеры сравнения русскоязычных концептов с англоязычными (или концептами других языков).
15. Перечислите основные свойства знака, приведите пример известной вам знаковой системы.
16. Отличия языка как естественной знаковой системы от искусственных знаковых систем.
17. Отличия в отношении русских и американцев к судьбе, к возможности влиять на судьбу и управлять своей жизнью. Проявления этого в языке.
18. Черты национального характера, проявляющиеся в подходе к наименованию родной страны (на примерах американцев и русских).
19. Различия в понимании того, что такое «некультурное поведение» (на примерах американцев и русских).
20. Различия в отношении к слову «неудачник» в американской и русской культурах.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Зачтено»: Выполнение всех видов работ и заданий текущего контроля.

Итоговый тест: за правильный ответ – 1 балл, за неправильный или неуказанный ответ – 0 баллов.

Студент правильно ответил от 50% до 90% вопросов теста.

«Не зачтено»: Студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	О.Е. Данчевская, А.В. Малёв	English for Cross-Cultural and Professional Communication=Английский язык для межкультурного и профессионального общения: Учебное пособие	Москва: Флинта, 2017	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93369
Л1.2	под ред. Ю.Г. Чернышова	Дневник Алтайской школы политических исследований. №23. Современная Россия и мир: альтернативы развития (международный имидж России в XXI веке): материалы международной научно-практической конференции	Барнаул : Изд-во Алтайского ун-та, 2007	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/287
Л1.3	под ред. Ю.Г. Чернышова	Современная Россия и мир: альтернативы развития (роль политических лидеров в формировании имиджа страны и региона: материалы международной научно-практической конференции	Барнаул: Изд-во Алт.ун-та, 2009	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/286
Л1.4	под ред. Ю.Г. Чернышова	Современная Россия и мир: альтернативы развития (Россия и Западная Европа: влияние образов стран на двусторонние отношения): материалы международной научно-практической конференции	Барнаул: Изд-во Алт. ун-та, 2010	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/285
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Межкультурное взаимодействие в современном мире		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8043	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Электронная база данных "Scopus" (http://www.scopus.com); Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru).				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)

Аудитория	Назначение	Оборудование
	и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	
301М	лаборатория «Лингафонный кабинет» - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Интерактивная доска в комплекте SmartBoard B480iv3 – 1 шт.; рабочее место преподавателя в комплекте: стол, ПК: ViewSonic, гарнитура: Dialog, колонки, магнитоофн Erisson; рабочее место студента на 12 посадочных мест в комплекте: столы, гарнитуры: Dialog – 12 единиц, цифровые пульты: НОРГ – 12 шт.; учебные издания и журналы на иностранных языках
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Изучение курса следует начать с ознакомления с рабочей программой дисциплины, чтобы выяснить ее общий объем в часах, соотношение лекций, практических занятий и самостоятельной работы, а также понять логику и систему распределения материала между тематическими разделами курса. При этом следует учесть рекомендации и пояснения преподавателя по структуре курса и соотношению аудиторной и самостоятельной работы студента на начальном этапе изучения дисциплины (как правило, на первом занятии).

Для успешного освоения материала дисциплины необходимо обратить особое внимание на ее профессиональный словарь - перечень основных категорий, понятий и терминов (глоссарий), которые используют специалисты в указанной области. Поощряется самостоятельный поиск определений через доступные и популярные источники и электронные ресурсы (Википедия и др.), что само по себе является эффективным способом расширения профессиональной эрудиции. Следует иметь в виду, что точные научные определения содержатся в учебной (учебниках и учебных пособиях) и научной (монографиях) литературе, рекомендованной в программе дисциплины. Она представляет минимальный требуемый перечень опубликованных источников информации, который студент должен освоить в процессе изучения дисциплины.

Поскольку лекционный раздел курса носит, как правило, авторский (оригинальный) характер, то для активного усвоения лекционного материала и понимания позиции преподавателя рекомендуется записывать по ходу лекции ее наиболее важные положения и тезисы, как правило, сформулированные в соответствии с планом лекции. Эти записи будут полезны при подготовке к практическим занятиям, коллоквиумам и промежуточной аттестации (тесту и зачету).

В ходе подготовки к практическим занятиям необходимо обратить внимание на их тематический план и формы проведения: (а) традиционные развернутые ответы на вопросы плана, (б) коллоквиумы и др. Исходя из этого, нужно заранее спланировать свое участие – индивидуальное, в составе малой группы и т.п. При этом следует учитывать специфику каждой из этих форм проведения занятий и внимательно отнестись к пояснениям преподавателя по их поводу.

Основная информация по теме содержится в списке литературы, который обязательно приводится в плане практического (семинарского) занятия и может содержать значительно больше наименований по сравнению с перечнем учебников и пособий ко всему курсу в целом. В процессе освоения фактического материала необходимо критически оценивать его источники, а для этого учиться сравнивать их и на основе критического анализа формировать собственную позицию. Руководствуясь общими рекомендациями преподавателя по работе с научной литературой и источниками, уместно обратиться к нему за индивидуальной консультацией по поводу дополнительных источников информации и формы ее подачи, особенно в случае подготовки презентации по теме. Любое выступление на занятии – развернутый ответ, сообщение, презентация – должны отвечать следующим универсальным требованиям к форме и содержанию:

релевантность (точное соответствие теме);
фокусирование на наиболее важных моментах;
понимание аудитории;
драйв/энтузиазм докладчика - умение держать внимание аудитории;
доступность, ясность излагаемого материала;
живое изложение, умение заинтересовать;
убедительность выступления;
культура речи, четкость дикции, темп изложения;
логическая завершенность выступления;
соблюдение регламента выступления;
текст презентации легко читается, фон сочетается с текстом и графическими файлами;
логическая последовательность информации на слайдах;
общее впечатление от просмотра презентации;
знание источников и основной литературы по теме;
уровень владения проблемой (правильность ответа);
уровень аргументации при ответе на вопросы (логичность);
полнота ответа;
владение профессиональным языком.

Значительный объем самостоятельной работы студента приходится на подготовку к промежуточной аттестации – итоговому тесту и зачету, программа которого представлена в специальном перечне теоретических и практических вопросов. Исходя из этого списка, следует самостоятельно определить степень освоения материала по каждой теме, повторить либо самостоятельно изучить, используя рекомендованную литературу и записи лекций, темы, которые были недостаточно освоены в течение семестра.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Методология прикладного исследования рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	1
аудиторные занятия	36		
самостоятельная работа	72		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	20	20	20	20
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	72	72	72	72
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
д.социол.н, Профессор, Ковалева Алла Владимировна

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай , Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Методология прикладного исследования

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>Целью изучения дисциплины является формирование представления о природе научного знания, его месте и роли в системе социогуманитарного знания; систематизация мировоззренческих компонентов, включенных в различные области гуманитарного знания и культуру в целом; изучение методологических принципов научного исследования в профессиональной сфере, изучение методологии прикладного исследования в профессиональной сфере.</p> <p>Задачи обучения:</p> <p>изучение особенностей современного этапа развития научного знания и характерных для него методологических проблем;</p> <p>Формирование системного представления об основных этапах осуществления научных исследований в области рекламы и связей с общественностью, а также их содержания;</p> <p>Выработка умения выстраивать собственные стратегии исследовательского поиска, самостоятельно устанавливать его цели, задачи и гуманитарный смысл;</p> <p>Выработка умения подготовить исследовательский проект по одной из выбранных тем и защитить его;</p>
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.01

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-1	Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, выработать стратегию действий
УК-1.1	Знает методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода
УК-1.2	Анализирует проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществляет поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определяет стратегию достижения поставленной цели
УК-1.3	Применяет навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определяет стратегию действий для достижения поставленной цели

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Методы и основные принципы критического анализа и оценки проблемных ситуаций на основе системного подхода.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Анализировать проблемную ситуацию как систему, выявляя ее составляющие и связи внутри; осуществлять поиск вариантов решения поставленной проблемной ситуации; определять стратегию достижения поставленной цели.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Применять навыки критического анализа проблемных ситуаций на основе системного подхода и определять стратегию действий для достижения поставленной цели

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы научных исследований.						
1.1.	Основания методологии научного исследования	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Основания методологии научного исследования	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Основания методологии научного исследования	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Организация процесса научного исследования.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Организация процесса научного исследования.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Организация процесса научного исследования.	Сам. работа	1	4	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Средства и методы научного исследования.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Средства и методы научного исследования.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Средства и методы научного исследования.	Сам. работа	1	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Проектирование и реализация прикладного исследования						
2.1.	Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.2.	Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.3.	Общая характеристика социологических и маркетинговых исследований.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.4.	Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.5.	Структура процесса социологических исследований и характеристика проектов маркетинговых исследований.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.6.	Структура процесса социологических исследований и	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	характеристика проектов маркетинговых исследований.					
2.7.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.8.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.9.	Качественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.10.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.11.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.12.	Количественные методы сбора данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.13.	Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.14.	Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.15.	Формирование выборки в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.16.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.17.	Анализ данных в социологических и	Практические	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	маркетинговых исследованиях.					
2.18.	Анализ данных в социологических и маркетинговых исследованиях.	Сам. работа	1	8	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.19.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов.	Лекции	1	2	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.20.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов.	Практические	1	1	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
2.21.	Основные требования к составлению исследовательских отчетов.	Сам. работа	1	6	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Промежуточная аттестация						
3.1.	зачет	Практические	1	0	УК-1.1, УК-1.2, УК-1.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9089</p> <p>Оценка сформированности компетенции: УК-1. Способен осуществлять критический анализ проблемных ситуаций на основе системного подхода, вырабатывать стратегию действий.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Научное исследование - это...</p> <p>а) целенаправленное познание б) выработка общей стратегии науки в) система методов, функционирующих в конкретной науке г) учение, позволяющее критически осмыслить методы познания</p> <p>Правильный ответ: а</p> <p>Вопрос 2. Методология науки - это...</p> <p>а) система методов, функционирующих в конкретной науке б) целенаправленное познание в) воспроизведение новых знаний г) учение о принципах построения научного познания</p> <p>Правильный ответ: а</p> <p>Вопрос 3. Цель и задачи исследования</p> <p>а) позволяют определить логику, основные шаги, ведущие к разрешению проблемы и достижению результатов работы. б) улучшение здоровья населения. в) позволяют определить основные шаги работы. г) позволяют определить логику работы.</p> <p>Правильный ответ: а</p>

Вопрос 4. Предмет исследования - это:

- а) особая проблема, отдельные стороны объекта, его свойства и особенности, которые, не выходя за рамки исследуемого объекта, будут исследованы в работе;
- б) то, что в самом общем виде должно быть получено в конечном итоге работы
- в) то, что будет взято учащимся для изучения и исследования
- г) научное предположение, допущение, истинное значение которого неопределенно.

Правильный ответ: а

Вопрос 5. Проблема – это:

- а) область риска, требующая дополнительных затрат;
- б) несоответствие текущего состояния желаемому;
- в) спрогнозированная величина снижения прибыли;
- г) не достижение цели, поставленной маркетингом фирмы.

Правильный ответ: б

Вопрос 6. Новые факты и цифры, которые собраны специально для проекта исследования, называются:

- а) данными опросов;
- б) факторами для принятия решения;
- в) данными исследования;
- г) вторичными данными;
- д) первичными данными.

Правильный ответ: д

Вопрос 7. Фокус-группа – это:

- а) особый метод исследования, заключающийся в многократном обследовании отдельной группы респондентов;
- б) вид опроса, представляющий собой групповое интервью в форме свободного обсуждения заданной темы;
- в) вид опроса, характеризующийся четко заданной структурной периодичностью проведения и ограниченностью круга респондентов;
- г) вид опроса, характеризующийся отсутствием четко заданной периодичности проведения и ограниченностью круга респондентов.

Правильный ответ: б

Вопрос 8. Полевое исследование – это:

- а) исследование, которое проводится маркетинговой службой фирмы в сельской местности;
- б) сбор первичных данных у носителей информации;
- в) обработка данных, полученных на коммерческой основе у официальных источников;

Правильный ответ: б

Вопрос 9. Анкетирование – это:

- а) выявление мнений и определение действий респондентов путём личного диалога;
- б) опрос респондентов с помощью документа в виде композиции вопросов и ответов;
- в) визуальный осмотр изучаемого объекта;
- г) анализ отношения автора к описываемым событиям.

Правильный ответ: б

Вопрос 10. Лабораторные эксперименты отличаются от полевых экспериментов:

- а) манипулированием с зависимыми и независимыми переменными; стоимостью;
- б) репрезентативностью полученных данных;
- в) возможностью контроля над каждым этапом эксперимента;
- г) различной средой, в которой проводится эксперимент.

Правильный ответ: г

Вопрос 11. Генеральная совокупность – это:

- а) часть потребителей, отражающая интересующие фирму вкусы и предпочтения;
- б) всё население страны, структурированное по уровню дохода;
- в) множество всех единиц, являющихся объектом исследования;
- г) потребители конкретного товара.

Правильный ответ: в

Вопрос 12. Процесс прикладного исследования подразумевает такую последовательность этапов:

- а) Постановка проблемы, разработка методического плана исследования, разработка организационно-технического плана исследования, предоставление аналитической записки;

б) Определение проблемы, выбор проекта исследования, определение методов сбора данных, разработка форм, заполняемых в ходе сбора информации, проектирование выборки и сбор данных, анализ и интерпретация данных, подготовка отчета о результатах исследования;

в) Описание проблемы, разработка исследовательского инструментария, сбор информации, определение методов анализа информации, редактирование и кодирование данных, интерпретация данных, предоставление отчетных материалов;

Правильный ответ: б

Вопрос 13. В каком порядке обычно осуществляется предварительный анализ данных?

а) Кодирование, табулирование, редактирование.

б) Редактирование, кодирование, табулирование.

в) Кодирование, редактирование, табулирование.

г) Редактирование, табулирование, кодирование.

Правильный ответ: б

Вопрос 14. Что понимается под вероятностной выборкой?

а) Выборка, в которую каждый элемент генеральной совокупности может войти с равной степенью вероятности.

б) Выборка, в которой можно определить вероятность ошибки.

в) Выборка, в которую может попасть любой элемент генеральной совокупности с определенной степенью вероятности.

г) Выборка, вероятность попадания в которую элементом генеральной совокупности неизменна.

Правильный ответ: а

Вопрос 15. Тест на словесные ассоциации подразумевает, что:

а) Участники опроса отвечают на каждое слово из предложенного для прочтения списка первым пришедшим на ум словом;

б) Участники опроса просят при помощи слов описать какую-либо ситуацию;

в) Участники опроса при помощи определенного списка слов составляют рассказ;

правильный ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Учение об организации деятельности называется

Ответ: методология

Вопрос 2: Совокупность всех объектов/субъектов, не входящих в систему, изменение свойств и/или поведение которых влияет на изучаемую систему, а также тех объектов/субъектов, чьи свойства и/или поведение которых меняются в зависимости от поведения системы определяется как

Ответ: внешняя среда.

Вопрос 3: Установленные факты науки и сформулированные на основе их обобщения эмпирические закономерности и законы – это знание

Ответ: эмпирическое.

Вопрос 4: Существенное, объективное, всеобщее, устойчивое повторяющееся отношение между явлениями, процессами называется

Ответ: законом.

Вопрос 5: Какой подход направлен на выявление характеристик различных явлений, процессов по степени развития или интенсивности присущих им свойств, выражаемых в величинах и числах?

Ответ: количественный подход.

Вопрос 6: Как называется признак научной теории, который означает, что в научной теории истинность ее основных положений достоверно установлена?

Ответ: достоверность.

Вопрос 7: Предположение о той или иной форме связи между наблюдаемыми явлениями и процессами, либо о связи между наблюдаемыми явлениями, процессами и внутренней их основой называется

Ответ: гипотезой.

Вопрос 8: Метод разложения исследуемого целого на части, выделение отдельных признаков и качеств явления, процесса или отношений явлений, процессов называется

Ответ: анализ.

Вопрос 9: Как называется познавательная операция, лежащая в основе суждений о сходстве или различии объектов?

Ответ: сравнение.

Вопрос 10: Процесс или явление, порождающее проблемную ситуацию и выбранное для изучения - это

Ответ: объект исследования

Вопрос 11: Как называется последовательность всех операций, общая система действий и способов организации исследования?

Ответ: процедура.

Вопрос 12: Как называется схематическое представление процесса принятия управленческих решений по определенной проблеме, изображаемое графически в виде древовидной структуры?

Ответ: дерево решений .

Вопрос 13: Научный документ, отвечающий ряду необходимых требований, все части которого связаны в единое целое, а его составление предполагает осуществление следующих процедур: постановку проблемы; определение объекта и предмета исследования; описание целей и задач исследования; интерпретацию основных понятий; формулировку рабочих гипотез; разработку, стратегического плана исследования, описание методов сбора данных; списание схемы анализа данных называется

Ответ: программа исследования.

Вопрос 14: Как называется конечный результат исследования, теоретико-познавательный или практически-прикладной?

Ответ: цель исследования.

Вопрос 15: Как называются методы сбора данных при помощи которых в ходе исследования была получена информация, которую невозможно количественно измерить или для анализа которой невозможно применить количественные методы?

Ответ:качественные методы.

Вопрос 16: Как называются методы исследования, в которых конечные данные выражаются в цифровой форме?

Ответ: количественные методы.

Вопрос 17: Как называется наблюдение, которое проводится в естественной обстановке, в реальной жизненной ситуации, в непосредственном контакте с изучаемым объектом? Полевое

Вопрос 18: Как называется метод исследования, предполагающий компетентное участие экспертов в анализе и решении проблем исследования?

Ответ: экспертный опрос.

Вопрос 19: Часть объектов генеральной совокупности, выступающих в качестве объектов наблюдения, называется

Ответ: выборочной совокупностью.

Вопрос 20: Как называется шкала, которая включает ранжированное распределение ответов в порядке убывания или увеличения интенсивности исследуемого признака?

Ответ:ранговая.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ»: <https://portal.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=524262>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 137 заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом:

Для зачета: «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	М.Ф. Шкляр	Основы научных исследований : учебное пособие	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2019	https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=684505
Л1.2	Божук, С. Г.	Маркетинговые исследования: Учебник для академического бакалавриата	М. : Издательство Юрайт, 2018	: www.biblio-online.ru/book/3014568F-E1A6-4233-BEA1-B6BE3F0FD31F
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Кузнецов И.Н.	Основы научных исследований : Основы научных исследований	Дашков и Ко, , 2017	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=450759
Л2.2	Джафаров, К.А.	Исследования в рекламе: учебное пособие	Новосибирск : НГТУ, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228957 (06.02.2018).
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	курс Методология прикладного исследования		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9089	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в

процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Правовые основы регулирования медиарынка рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	2
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	76		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		Итого	
	Неделя 15			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16
Практические	16	16	16	16
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., Доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Правовые основы регулирования медиарынка

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>ознакомление студентов с основами российского законодательства, применяемого для регулирования рекламы и связей с общественностью, юридическими документами и проблемами применения данной правовой базы в деятельности государственных, коммерческих структур и общественных организаций;</p> <p>ознакомление студентов с фундаментальными основами и практикой правоприменения в сфере медиа в современном мире;</p> <p>формирование целостного представления о процессах правового регулирования рекламы и связей с общественностью в России и мировой практике;</p> <p>формирование навыков правовой культуры.</p> <p>Задачи:</p> <p>приобретение студентами актуального знания основных концепций и нормативных актов правового регулирования в сфере медиа в России и мировой практике;</p> <p>формирование стройной системы взглядов в области правового регулирования медиа;</p> <p>формирование базовых знаний и навыков ориентирования в проблемах правового регулирования деятельности специалиста по медиа, правах и обязанностях, налагаемых специализированными нормативными актами</p> <p>освоение практических приемов использования российского законодательства в решении профессиональных задач;</p> <p>формирование навыков юридического обоснования своей позиции или определения неправовых действий оппонентов;</p> <p>ознакомление студентов с санкциями и другими последствиями нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа;</p> <p>формирование профессионального мышления студентов.</p>
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.02**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-5	Способен для принятия профессиональных решений анализировать актуальные тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования
ОПК-5.1	Выявляет особенности по литических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем на глобальном, национальном и региональном уровнях
ОПК-5.2	Моделирует индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы
ОПК-5.3	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	<ul style="list-style-type: none">- свои права и обязанности как гражданина РФ; основы правовых знаний в различных сферах деятельности;- содержание основных концепций и нормативных актов правового регулирования и этического саморегулирования в сфере медиа в России и мировой практике;- иметь представление о российских и международных субъектах правового и этического регулирования в сфере медиа- санкции и другие последствия нарушения норм российского и международного законодательства в профессиональной сфере медиа;

	- сущность правового регулирования социальных, этических, профессиональных и культурных процессов и осознавать его роль в медиа.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	- в процессе производства и распространения информации придерживаться этических норм и применять региональное, российское и международное законодательство, в том числе в нестандартных ситуациях профессиональной деятельности, соблюдая баланс интересов владельцев медиа и общества; - самостоятельно распознавать неправомерные действия конкурентов в области медиа и использовать нормативные правовые документы в своей деятельности; - составлять необходимые документы в сфере медиа (договоры, контракты, технические задания и т.д.) в соответствии с нормами российского и международного законодательства; быть готовым в профессиональной деятельности соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной, коммерческой тайны и конфиденциальной информации
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	- использования Конституции РФ, Гражданского, Трудового Кодексов и другие международных, российских и региональных нормативных документов и этических норм в аргументации своей позиции по вопросам профессиональной деятельности; - ориентирования в проблемах правового регулирования деятельности в сфере медиа, правах и обязанностях, налагаемых специализированными нормативными актами, толерантного восприятия социальных, этнических, профессиональных и культурных различий с позиций законодательства.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Информационное право в медиа						
1.1.	Проблема юридического определения медиа	Лекции	2	4	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.2.	Основные юридические понятия информационной сферы	Лекции	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.3.	Правовые основы управления информацией	Практические	2	1	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.4.	Правовые основы управления информацией	Сам. работа	2	12	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.5.	Защита репутации юридическими средствами	Лекции	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.6.	Защита репутации юридическими средствами	Практические	2	1	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.7.	Защита репутации юридическими средствами	Сам. работа	2	12	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Этическое и правовое саморегулирование медиа	Лекции	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.9.	Отношения со СМИ в правовом поле	Практические	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.10.	Отношения со СМИ в правовом поле	Сам. работа	2	10	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.11.	Этическое и правовое саморегулирование СМИ	Практические	2	1	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
1.12.	Этическое и правовое саморегулирование СМИ	Сам. работа	2	8	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
Раздел 2. Политическое право и медиа						
2.1.	Медиа в политике	Лекции	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
2.2.	Правовое регулирование предвыборной агитации	Практические	2	1	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
2.3.	Правовое регулирование предвыборной агитации	Сам. работа	2	8	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
2.4.	Этическое и правовое саморегулирование в сфере медиа	Практические	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
2.5.	Этическое и правовое саморегулирование в сфере медиа	Сам. работа	2	8	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
Раздел 3. Маркетинговое право в медиа						
3.1.	Основные каналы размещения социальной рекламы. Правовые основы позиционирования организаций и товаров	Лекции	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
3.2.	Фирменное наименование юридического лица	Практические	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
3.3.	Фирменное наименование юридического лица	Сам. работа	2	8	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
3.4.	Правовая защита товарных знаков и знаков обслуживания	Практические	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.5.	Этическое и правовое саморегулирование в рекламе	Практические	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
3.6.	Этическое и правовое саморегулирование в рекламе	Сам. работа	2	6	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
Раздел 4. Авторское право и медиа						
4.1.	Авторское право в маркетинговых коммуникациях. Авторский договор	Лекции	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
4.2.	Основы авторского права. Договоры о предоставлении авторских прав	Практические	2	2	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1
4.3.	Основы авторского права. Договоры о предоставлении авторских прав	Сам. работа	2	4	ОПК-5.1, ОПК-5.2, ОПК-5.3	Л1.1, Л2.2, Л2.3, Л1.2, Л2.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9930</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-5: Способен учитывать в профессиональной деятельности тенденции развития медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования</p> <p>ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Требование со стороны государственных органов власти либо их должностных лиц предварительного согласования предназначенных для распространения сообщений и материалов - это ... а. Цензура б. Свобода слова в. Коммерческая тайна Ответ: а.</p> <p>Вопрос 2. Определите сведения, относящиеся к государственной тайне: а. На барнаульском оборонном предприятии "Ротор" по итогам III квартала 2020 года было произведено 2 000 единиц роторного двигателя судна (двигатель для подводных лодок) б. На территории Республики Алтай обнаружили крупное месторождение алмазов. По предварительным данным объем месторождения составляет 153 000 000 карат. в. Иванов Иван Иванович, житель г.Алейска, родился 22 марта 1965 года, женат, имеет 2х детей, автослесарь, владелец квартиры площадью 47 кв.м. и земельного участка площадью 600 кв.м. г. Глава правительства России Михаил Мишустин заболел коронавирусной инфекцией COVID-19 Ответ: а,б.</p> <p>Вопрос 3. Вы в качестве представителя СМИ направили письменный запрос на получение информации в Правительство Алтайского края. В какой срок вам должны направить ответ?</p>

- а. 7 календарных дней
 - б. 7 рабочих дней
 - в. 30 календарных дней
- Ответ: а.

Вопрос 4. Верно ли утверждение: «В Конституции РФ и в Законе «О средствах массовой информации» закреплено право каждого гражданина на поиск информации?»

- а. Верно
- б. Неверно

Ответ: а.

Вопрос 5. Является ли реклама одной из форм распространения массовой информации?

- а. Да
- б. Нет

Ответ: а

Вопрос 6. Верно ли утверждение: «Закон «О рекламе» распространяется на политическую рекламу»

- а. Да
- б. Нет

Ответ: б.

Вопрос 7. Что из перечисленного относится к недобросовестной рекламе?

- а. некорректные сравнения с товаром конкурентов
- б. дискредитация не пользующихся рекламируемым товаром лиц
- в. реклама, использующая слова «самый», «лучший»

Ответ: а,б.

Вопрос 8. Верно ли утверждение: «Федеральная антимонопольная служба занимается цензурой рекламы?»

- а. Верно
- б. Неверно

Ответ: б.

Вопрос 9. Верно ли утверждение: «По российскому закону регистрации авторского права не требуется?»

- а. Верно
- б. Неверно

Ответ: а.

Вопрос 10. Обладатели авторских и смежных прав в случае их нарушения могут требовать:

- а. признание права
- б. смертную казнь для виновного
- в. возмещения убытков
- г. публичное извинение

Ответ: а,в.

Вопрос 11. Деловая репутация – это

- а. общественное мнение о деловых, профессиональных качествах человека или организации в сфере производственной, торговой или иных видов деятельности, в которой они участвуют.
- б. оценка деятельности человека коллективом, обществом, признание его заслуг и качеств.
- в. отражение оценки в сознании того же человека, самооценка личности, основанная на его оценке обществом.

Ответ: а.

Вопрос 12. Срок опубликования опровержения в традиционных медиа, согласно закону о СМИ, должно последовать в течение ...

- а. 10 дней со дня получения соответствующего требования
- б. 30 дней со дня получения соответствующего требования
- в. 6 дней со дня получения соответствующего требования
- г. 2 дней со дня получения соответствующего требования

Ответ: а.

Вопрос 13. Верно ли утверждение: «Клевета - это уголовно наказуемое деяние?»

- а. Верно
 - б. Неверно
- Ответ: а.

Вопрос 14. Иван Петров, известный блогер, в прямом эфире своего блога назвал "коллегу по цеху" Ирину Сидорову "полной дурой". Какое наказание за оскорбление, согласно ГК РФ, грозит блогеру Ивану Петрову?

- а. наложение административного штрафа в размере от 3000 до 5000 руб
 - б. уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок от 1 до 3 лет
 - в. наложение административного штрафа в размере от 300 000 до 500 000 руб
 - г. уголовная ответственность в виде лишения свободы на срок от 3 до 5 лет
- Ответ: а.

Вопрос 15. Медиаэтический стандарт в России был разработан...

- а. Общественной коллегией по жалобам на прессу
 - б. Профессиональным объединением медийщиков
 - в. Правительством РФ
- Ответ: а.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«зачтено» – верно выполнено более 60% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 60% и менее 60% заданий.

ПРИМЕРЫ ВОПРОСОВ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Требование со стороны государственных органов власти либо их должностных лиц предварительного согласования предназначенных для распространения сообщений и материалов - это проявление...

Ответ: цензуры

Вопрос 2. Вы в качестве представителя СМИ направили письменный запрос на получение информации в Правительство Алтайского края. В какой срок вам должны направить ответ?

Ответ: 7 календарных дней.

Вопрос 3. Что в праве требовать обладатели авторских и смежных прав в случае их нарушения ?

Ответ: признание права и возмещение убытков.

Вопрос 4. Деловая репутация – это

Ответ: общественное мнение о деловых, профессиональных качествах человека или организации в сфере производственной, торговой или иных видов деятельности, в которой они участвуют.

Вопрос 5. Срок опубликования опровержения в традиционных медиа, согласно закону о СМИ, должно последовать в течение ...

Ответ: 10 дней со дня получения соответствующего требования

Вопрос 6. Кем был разработан Медиаэтический стандарт в России?

Ответ: Общественной коллегией по жалобам на прессу.

Вопрос 7. Что входит в понятие авторского права?

Ответ: Интеллектуальные права на произведения науки, литературы и искусства являются авторскими правами.

Вопрос 8. Перечислите права, которые принадлежат автору произведения.

Ответ: исключительное право на произведение; право авторства; право автора на имя; право на неприкосновенность произведения; право на обнародование произведения.

Вопрос 9. Назовите виды нарушений прав автора.

Ответ: способы неразрешенного использования: плагиат - опубликование полностью или частично чужого произведения под именем лица, не являющегося автором этого произведения; контрафакция - несанкционированное воспроизведение, представление или опубликование чужого произведения любым способом; "пиратство" - неразрешенное изготовление экземпляров механических записей или печатных

изданий произведения и их продажа.

Вопрос 10. Что такое государственная тайна?

Ответ: защищаемые государством сведения в области его военной, внешнеполитической, экономической, разведывательной, контрразведывательной и оперативно-розыскной деятельности, распространение которых может нанести ущерб безопасности Российской Федерации.

Вопрос 11. Дайте определение интеллектуальной собственности

Ответ: исключительные права на результаты интеллектуальной деятельности, включая права, определенные в ст. 2 Конвенции, учреждающей Всемирную организацию интеллектуальной собственности, подписанной в Стокгольме 14 июля 1967 года. В соответствии с законодательством Российской Федерации полный объем исключительных прав включает в себя приоритет, авторство объекта интеллектуальной собственности и исключительное право на его использование

Вопрос 12. Что такое информационный терроризм?

Ответ: использование информационных ресурсов и (или) воздействие на них в информационном пространстве в террористических целях.

Вопрос 13. Что понимается под компенсацией морального ущерба?

Ответ: денежная компенсация морального урона лицу, понесшему моральный ущерб, со стороны лица, нанесшего ущерб.

Вопрос 14. Что такое клевета?

Ответ: распространение заведомо ложных сведений, порочащих честь и достоинство другого лица или подрывающих его репутацию

Вопрос 15. Какая реклама признается недобросовестной?

Ответ: 1) содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с находящимися в обороте товарами, которые произведены другими изготовителями или реализуются другими продавцами; 2) порочит честь, достоинство или деловую репутацию лица, в том числе конкурента; 3) представляет собой рекламу товара, реклама которого запрещена данным способом, в данное время или в данном месте, если она осуществляется под видом рекламы другого товара, товарный знак или знак обслуживания которого тождествен или сходен до степени смешения с товарным знаком или знаком обслуживания товара, в отношении рекламы которого установлены соответствующие требования и ограничения, а также под видом рекламы изготовителя или продавца такого товара; 4) является актом недобросовестной конкуренции в соответствии с антимонопольным законодательством.

Вопрос 16. Что такое патент?

охранный документ, удостоверяющий исключительное право, авторство и приоритет изобретения, полезной модели, промышленного образца либо селекционного достижения. Срок действия патента составляет от 5 до 25 лет.

Вопрос 17. Какие произведения считаются служебными?

Ответ: Авторские права на произведение науки, литературы или искусства, созданное в пределах установленных для работника (автора) трудовых обязанностей (служебное произведение), принадлежат автору.

Вопрос 18. Кому принадлежат права на служебные произведения?

Ответ: Исключительное право на служебное произведение принадлежит работодателю, если трудовым или гражданско-правовым договором между работодателем и автором не предусмотрено иное.

Вопрос 19. Что является техническим средством защиты авторских прав?

Ответ: признаются любые технологии, технические устройства или их компоненты, контролирурующие доступ к произведению, предотвращающие либо ограничивающие осуществление действий, которые не разрешены автором или иным правообладателем в отношении произведения.

Вопрос 20. В чем отличие понятий чести и достоинства?

Ответ: Человеческое достоинство – особое моральное отношение человека к самому себе и отношение к нему со стороны общества, окружающих, основанное на признании ценности человека как личности. Честь – это внешнее признание поступков человека, его заслуг, проявляющееся в почитании, авторитете, славе.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета по всему изученному курсу. Зачет проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса: 1 вопрос теоретического характера и 1 вопрос практико-ориентированного характера.

1. Понятие права и массово-информационного права.
2. Массовой-информационное право и информационное право: различия и специфика.
3. Структура российского законодательства, регулирующего медиапространство.
4. Международные договоры и право на доступ к информации.
5. Конституция РФ и право на информацию.
6. Закон о СМИ: история его принятия и основные положения.
7. ФЗ «О СМИ»: права и обязанности журналиста.
8. Свобода информации и конфиденциальные сведения.
9. Государственная тайна и сведения конфиденциального характера.
10. Алгоритм получения информации и ответственность за непредставление информации.
11. Аккредитация и ответственность за непредставление информации.
12. Доктрина информационной безопасности.
13. Понятие терроризма и ответственность за распространение в медиапространстве сведений об акте терроризма.
14. Понятие экстремизма и ответственность за распространение экстремистских материалов в медиапространстве.
15. Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, ее роль и функции.
16. Отличия физической собственности от интеллектуальной.
17. Автор произведения: имущественные и неимущественные права.
18. Авторское право на интервью, новость и программу телепередач.
19. Произведения, не охраняемые авторским правом.
20. Допустимость свободного использования произведений без согласия автора и без выплаты авторского вознаграждения.
21. Виды нарушений авторских прав.
22. Ответственность за незаконное использование объектов авторского права или смежных прав.
23. Технические средства защиты авторских прав.
24. ФЗ «О рекламе»: недобросовестная и недостоверная реклама.
25. Функции федерального антимонопольного органа в области контроля и надзора за соблюдением законодательства о рекламе.
26. Степень ответственности медиа за содержание распространяемых рекламных сообщений.
27. Правовое регулирование отношений в сети Интернет.
28. Правовая регламентация деятельности блогеров.
29. Этика в медиапространстве. Понятие медиаэтики.
30. Медиаэтический стандарт в России.

Типовое практическое задание

На российский рынок выводится новый лекарственный противовирусный (нерецептурный) препарат под торговым названием «А++». Препарат применяется также для профилактики заболеваний.

В качестве основного инструмента продвижения препарата в коммуникационной кампании выбраны онлайн-коммуникации, основанные на философии ответственного самолечения и базовых знаний о здоровье.

Основное рекламное сообщение: «Быстрое и бережное лечение. От ОРВИ №1».

Исходя из разных целевых аудиторий (население, врачи и фармацевты) предполагается использование следующих диджитал-инструментов рекламы нового препарата.

Сайт фармацевтической компании-производителя препарата

Сайт, посвященный ОРВИ и проблемам здоровья, находящийся в открытом доступе,

Продуктовый сайт/сайт препарата, находящийся в открытом доступе, где присутствует информация о новом препарате, проводимых акциях, а также полезная информация о поддержании здоровья в осенне-зимний период. Информация для врачей, фармацевтов находится в отдельной вкладке и доступна только при регистрации на сайте и проверке принадлежности к специалистам здравоохранения.

Контекстная реклама самого препарата и одноименного сайта препарата

Автоматическая рассылка рекламной информации о лекарственном средстве по базе врачей-педиатров.

Оцените предложения по продвижению данного лекарственного препарата на соответствие российскому законодательству и правоприменительной практике.

В случае реализации этих предложений, возможны ли юридические риски для рекламодателя? Если да, то можно ли их избежать? Предложите свое решение.

Ответ обязательно аргументируйте.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично» (зачтено): студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, 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.

«Хорошо» (зачтено): студентом 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 допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно» (зачтено): студентом 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 решении практических заданий.

«Неудовлетворительно» (не зачтено): студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС Правовые основы регулирования медиарынка_2022.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Ульбашев, А. Х.	Правовые основы журналистики:	ЭБС Юрайт, 2019	https://urait.ru/bcode/430876
Л1.2	Рассолов И.М.	Информационное право: учебник и практикум для вузов	Юрайт, 2023	https://www.urait.ru/bcode/510644
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Зельдович Б.З.	Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования: Профессиональное образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518425
Л2.2	Федотова, Л. Н.	Реклама: теория и практика: учебник для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2022	URL: https://urait.ru/bcode/489371
Л2.3	Ю. Е. Булатецкий, И. М. Рассолов	Коммерческое право: учебник для вузов	Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/488765
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Сайт Федеральной антимонопольной службы	www.fas.gov.ru		
Э2	Сайт Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор)	www.rsoc.ru		
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"	www.e.lanbook.com		
Э4	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"	www.biblioclub.ru		
Э5	курс Правовые основы регулирования медиарынка	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=9930		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Windows Microsoft Office 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение дисциплины завершается зачетом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа

лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др.; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультациях с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет. Подготовка ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Стратегии менеджмента и маркетинга в коммуникационной среде рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	125	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	Неделя		15			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	16	16	32	32
Практические	16	16	16	16	32	32
Сам. работа	76	76	49	49	125	125
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	108	108	216	216

Программу составил(и):
д.социол.н., Профессор, Ковалева А.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Стратегии менеджмента и маркетинга в коммуникационной среде

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2025 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Цель освоения учебной дисциплины - развитие и совершенствование у магистрантов стратегического и креативного мышления, ориентированного на перспективу, поиск оригинальных идей и получение системного эффекта, а также навыков стратегического менеджмента и маркетинга в коммуникационной сфере на основе ситуативного анализа и оценки стратегических перспектив.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
ОПК-2.2	Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-2.3	
ПК-1	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты
ПК-1.1	Знает форматы и жанры медиопубликаций; принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов
ПК-1.2	Умеет обрабатывать текстовый контент в соответствии с задачами конкретных медиа и применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице
ПК-1.3	Владеет навыками работы с профессиональными компьютерными программами верстки и программами для работы с растровой и векторной графикой

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	методологию, методику и технику социологических и маркетинговых исследований; Теоретико-методологические основы стратегического менеджмента; специфику стратегического менеджмента в коммуникационной сфере; содержание основных этапов стратегического планирования, подготовки, творческой проработки и реализации коммуникационных программ и мероприятий; технологии постановки стратегических целей при проектировании коммуникационных программ и мероприятий и механизм реализации коммуникационных программ и мероприятий;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять понятийный аппарат стратегического планирования в практике проектирования коммуникационных программ и мероприятий; разрабатывать корпоративные, конкурентные и функциональные стратегии развития организации; ставить стратегические цели и формулировать задачи, связанные с реализацией профессиональных функций;
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):

3.3.1.	<p>навыками осуществления процессов проектирования, планирования, подготовки и реализации коммуникационных программ и мероприятий;</p> <p>навыками применения технологии постановки стратегических целей при проектировании коммуникационных программ и мероприятий;</p> <p>навыками обеспечения качества и эффективности коммуникационных программ и мероприятий.</p>
--------	--

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретические основы стратегического менеджмента.						
1.1.	Сущность и становление стратегического менеджмента	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.2.	Сущность и становление стратегического менеджмента	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.3.	Сущность и становление стратегического менеджмента	Сам. работа	1	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.4.	Анализ внешней и внутренней среды организации	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.5.	Анализ внешней и внутренней среды организации	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.6.	Анализ внешней и внутренней среды организации	Сам. работа	1	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.7.	Анализ стратегических факторов среды организации	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.8.	Анализ стратегических факторов среды организации	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.9.	Анализ стратегических факторов среды организации	Сам. работа	1	8	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.10.	Определение общего направления развития организации	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.11.	Определение общего направления развития организации	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.12.	Определение общего направления развития организации	Сам. работа	1	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.13.	Процесс стратегического менеджмента	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.14.	Процесс стратегического менеджмента	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.15.	Процесс стратегического менеджмента	Сам. работа	1	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.16.	Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии	Лекции	1	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.17.	Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии	Практические	1	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.18.	Оценка стратегических альтернатив и выбор стратегии	Сам. работа	1	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.19.	Реализация стратегии	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.20.	Реализация стратегии	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
1.21.	Реализация стратегии	Сам. работа	1	12	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Теоретические основы стратегического маркетинга						
2.1.	Стратегический маркетинг: основные понятия, концепции	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.2.	Стратегический маркетинг: основные понятия, концепции	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.3.	Стратегический маркетинг: основные понятия, концепции	Сам. работа	2	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.4.	Процесс управления стратегическим маркетингом	Лекции	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.5.	Процесс управления стратегическим маркетингом	Практические	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.6.	Процесс управления стратегическим маркетингом	Сам. работа	2	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.7.	Стратегический подход к сегментации рынка и позиционированию товаров	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.8.	Стратегический подход к сегментации рынка и позиционированию товаров	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.9.	Стратегический подход к сегментации рынка и позиционированию товаров	Сам. работа	2	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.10.	Оценка конкурентных позиций организации	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.11.	Оценка конкурентных позиций организации	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.12.	Оценка конкурентных позиций организации	Сам. работа	2	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.13.	Концепция жизненного цикла товара в стратегическом маркетинге	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.14.	Концепция жизненного цикла товара в стратегическом маркетинге	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.15.	Концепция жизненного цикла товара в стратегическом маркетинге	Сам. работа	2	6	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.16.	Реализация маркетинговых стратегий	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.17.	Реализация маркетинговых стратегий	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.18.	Реализация маркетинговых стратегий	Сам. работа	2	9	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.19.	Маркетинг взаимоотношений: основы стратегии	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.20.	Маркетинг взаимоотношений: основы стратегии	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2
2.21.	Маркетинг взаимоотношений: основы стратегии	Сам. работа	2	10	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л1.1, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8936</p> <p>Оценка сформированности компетенции:</p> <p>ОПК-2. Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах.</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. Что определяет задачи для достижения цели, способы их решения и задает конкретный план действий?</p> <p>а) Тактика;</p> <p>б) Операция;</p>

в) Стратегия;

Правильный ответ: а

Вопрос 2. Стратегия, которая описывает общее направление развития компании, его производственно-сбытовой деятельности, показывает, как управлять различными видами бизнеса, чтобы сбалансировать портфель товаров и услуг – это стратегия:

а) Базовая

б) Производственная

в) Оптимальная

Правильный ответ: а

Вопрос 3. Какое действие из перечисленных ниже НЕ относится к оперативному маркетинговому планированию?

а) разработка стратегий сегментации;

б) разработка бюджета маркетинговых мероприятий;

в) реализация запланированных мероприятий;

г) контроль достигнутых результатов.

Правильный ответ: а

Вопрос 4. Что показывает аудит макроокружения:

а) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;

б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков);

в) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Правильный ответ: а

Вопрос 5. Анализ внешней среды – это:

а) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз

б) определение демографических тенденций развития

в) учет действия правительства в деятельности организации

г) организация работы по анализу рынка

Правильный ответ: а

Вопрос 6. SWOT-анализ включает:

а) анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз

б) анализ конкурентных преимуществ организации

в) анализ макросистемы рынка и конкретных целевых рынков

г) анализ ключевых факторов успеха организации

Правильный ответ: а

Вопрос 7. Цели организации должны быть:

а) конкретными, измеримыми и перекрестно поддерживающимися

б) как можно более общими, тогда проще отчитаться в их выполнении

в) как можно более близкими, тогда проще осуществлять контроль

г) предварительными, текущими, заключительными

Правильный ответ: а

Вопрос 8. Стратегия – это:

а) набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей

б) четко выраженная причина существования организации

в) высокие слова, позволяющие организации формировать свой имидж

г) контроль внешних факторов для определения возможностей и угроз для организации

Правильный ответ: а

Вопрос 9. Стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим:

а) стратегия роста

б) стратегия сокращения

в) стратегия фокусирования

г) корпоративная стратегия

Правильный ответ: а

Вопрос 10. Основная задача инновационной стратегии:

а) разработка и внедрение новой продукции

- б) обоснование для потенциальных инвесторов наиболее эффективных направлений вложения их капиталов
 - в) выявление потенциального спроса и неудовлетворенных потребностей
 - г) выход на международные рынки с целью привлечения зарубежного капитала и поиска стратегических партнеров
- Правильный ответ: а

Вопрос 11. Обычно стратегическое планирование бывает рассчитано на:

- а) долгосрочную перспективу
- б) краткосрочную перспективу
- в) среднесрочную перспективу
- г) финансовую перспективу

Правильный ответ: а

Вопрос 12. Составление стратегического плана – это функция:

- а) руководства
- б) внешних консультантов
- в) планового отдела
- г) финансового отдела

Правильный ответ: а

Вопрос 13. Что в концепции SMART, означает буква «М»?

- а) Измеримый. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.
- б) Конкретный. Цель должна быть конкретной, что увеличивает вероятность ее достижения. Понятие «Конкретный» означает, что при постановке цели точно определен результат, который Вы хотите достичь.
- в) Достижимый. Цели по SMART должны быть достижимы, так как реалистичность выполнения задачи влияет на мотивацию исполнителя. Если цель не является достижимой – вероятность ее выполнения будет стремиться к нулю.
- г) Значимый. Для определения значимости цели важно понимать, какой вклад решение конкретной задачи внесет в достижение глобальных стратегических задач компании.

Правильный ответ: а

Вопрос 14. CRM – это:

- а) направленная на построение устойчивого бизнеса концепция и бизнес-стратегия, ядром которой является «клиентоориентированный» подход;
- б) повышение эффективности бизнес-процессов, сосредоточенных во фронт-офисе, направленных на привлечение и удержание клиентов – в маркетинге, продажах, сервисе и обслуживании, независимо от канала, через который происходит контакт с клиентом.
- в) ряд маркетинговых баз данных, обеспечивающих анализ на уровне продукта (его продаж), но слабо интегрированных с источниками другой информации;

Правильный ответ: а

Вопрос 15. В каком году Т. Левитом была представлена концепция Жизненного цикла товара:

- а) 1965
- б) 1981
- в) 1964
- г) 2001

правильный ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Что подразумевает цель анализа стратегических факторов?

Ответ: выявление угроз и возможностей внешней среды, а также сильных и слабых сторон организации

Вопрос 2: Как называется стратегия, направленная на сворачивание деятельности по конкретным видам деятельности, продуктам, рынкам?

Ответ: стратегия сокращения.

Вопрос 3: Как называется аудит, результаты которого показывают размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение?

Ответ: Аудит рынка

Вопрос 4: Процесс деления единого потребительского рынка на некоторое количество сегментов по какому-либо фактору (признаку) – это

Ответ: Сегментация рынка

Вопрос 5: Получить достаточную информацию о сильных и слабых сторонах конкурента, о его стратегии, намерениях и возможностях для повышения эффективности собственных действий – это цель...

Ответ: конкурентного анализа

Вопрос 6: Кто является автором Золотого правила теории пяти сил конкуренции?

Ответ: Майкл Портер

Вопрос 7: Как называется процесс сравнения продуктов, услуг или процессов одной организации с продуктами, услугами или процессами другой организации?

Ответ: Бенчмаркинг

Вопрос 8: Кто является автором концепции Жизненного цикла товара?

Ответ: Т. Левитт

Вопрос 9: Как называется процесс изменения объема продаж, как в денежном, так и в количественном отношении, с момента его выхода на рынок и до полного упадка и ухода с рынка?

Ответ: Жизненный цикл товара

Вопрос 10: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации отношений на протяжении длительного времени это:

Ответ: Маркетинг взаимоотношений

Вопрос 11: Что в концепции SMART, означает буква «М»?

Ответ: Измеримый. Цель по SMART должна быть измеримой. На этапе постановки цели необходимо установить конкретные критерии для измерения процесса выполнения цели.

Вопрос 12: Обычно стратегическое планирование бывает рассчитано на перспективу:

Ответ:долгосрочную

Вопрос 13: Основная задача инновационной стратегии заключается в :

Ответ: разработке и внедрении новой продукции

Вопрос 14: Как называется стратегия, предполагающая развитие предприятия и превышение показателей каждого последующего года по сравнению с предыдущим?

Ответ: стратегия роста

Вопрос 15: Что является главной целью стратегического анализа внешней среды?

Ответ:определение возможностей и угроз

Вопрос 16: Какой уровень стратегического менеджмента является высшим?

Ответ: корпоративный

Вопрос 17: Набор решений и действий, помогающих организации достичь своих целей – это

Ответ: стратегия

Вопрос 18: что является исходной точкой для планирования ?

Ответ: цели

Вопрос 19: Как называется методика, включающая анализ сильных и слабых сторон, а также возможностей организации и вероятных угроз?

Ответ: SWOT-анализ.

Вопрос 20: Как называется методика, включающая анализ политических, экономических и технологических факторов?

Ответ:PEST – анализ

Оценка сформированности компетенции:

ПК-1. Способен создавать медиапроект и (или) медиапродукт любого уровня сложности

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. К задачам стратегического маркетинга НЕ относится:

- А) Формирование ценовой политики;
- Б) Разработка маркетинговых стратегий и планов;
- В) Оценка привлекательности рынков;
- Г) Разработка стратегии сегментации выбранных рынков.

Ответ: А

Вопрос 2: Какой из перечисленных базовых стратегий НЕ существует?

- А) стратегия размещения;
- Б) стратегия сокращения;
- В) стратегия стабильности;
- Г) стратегия роста.

Ответ: А

Вопрос 3: Интегрированный рост – это:

- А) рост за счет развития деятельности на уже занимаемых рынках;

Б) развитие за счет объединений с организациями конкурирующего профиля, своими поставщиками или посредниками;

В) развитие за счет поиска и выхода компании на новые товарные рынки с новыми товарными предложениями путем использования новых технологий, поглощения, слияния с организациями, уже присутствующими на выбранных рынках.

Ответ: Б

Вопрос 4: Аудит микроокружения:

А) показывает факторы макросреды, оказывающее решающее влияние на деятельность предприятия;

Б) означает сбор и анализ информации относительно: рынка, потребителей, конкурентов, партнеров по бизнесу (посредников и поставщиков).

В) показывает размер, рост и тенденции рынка (стоимость, объем); потребители (покупатели), их демографические изменения, психографическое и покупательское поведение;

Ответ: Б

Вопрос 5: Сегментирование потребителей - это:

А) разделение рынка для оценки значимости каждого сегмента и идентификации конкурентных товаров, определения источников рыночного развития, подсчета доли и роста рынка.

Б) разбивка их на однородные группы по критериям так, чтобы эти группы были отличными от других (по-разному реагировали на стимул) и могли быть выбраны в качестве целевой аудитории.

Ответ: Б

Вопрос 6: Разбиение каждого полученного сегмента рынка (в результате проведения макросегментации) на части в зависимости от типа потребителей – это:

А) Микросегментация;

Б) Минисегментация;

В) Классификация;

Ответ: А

Вопрос 7: Как называется стратегия, которая рассчитана на первоначальное принятие товара сегментами потребителей-новаторов с более высокими доходами, которые являются лидерами мнений и способны повлиять на дальнейшую популярность товара среди более широких групп потребителей:

А) стратегия «снятия сливок»

Б) стратегия лидерства

В) стратегия опережения

ответ: А

Вопрос 8: Интегрированные усилия по построению, поддержанию и развитию сети отношений с отдельными потребителями для взаимной пользы посредством взаимодействия, индивидуализации отношений на протяжении длительного времени это:

А) Маркетинг взаимоотношений

Б) Маркетинг потребителей

В) Маркетинг организации

Ответ: А

Вопрос 9: Какой из перечисленных этапов НЕ относится к процессу стратегического управления?

А) Создание логотипа.

Б) Формирование стратегического видения и миссии.

В) Постановка целей.

Г) Оценка и анализ внешней среды.

Д) Оценка стратегий.

Ответ: А

Вопрос 10: Дифференцированный маркетинг означает, что:

А) Фирма обращается ко всему рынку с одной маркетинговой программой и сосредоточена не на различиях, а на сходстве потребителей, экономя на рекламе, маркетинговых исследованиях и производстве товара.

Б) Фирма выступает на нескольких сегментах, и разрабатывает на них комплекс маркетинга. Рынок предприятий при этом расширяется, но затраты велики, поэтому данную стратегию чаще используют крупные предприятия.

В) Фирма концентрируется на большой доле рынка, это ведет к хорошему знанию рынка, лучшему удовлетворению потребностей, экономии на основе специализации; однако повышен риск.

Ответ: Б.

Вопрос 11: Наличие продуктов-заменителей:

- А) уменьшает ценовую власть покупателей;
- Б) увеличивает ценовую власть покупателей;
- В) не влияет на ценовую власть покупателей;
- Г) увеличивает экспортно-импортное сальдо.

Ответ: Б

Вопрос 12: После проведения внутреннего анализа фирма должна определить:

- А) каких внешних угроз, усугубленных недостатками организации нужно больше всего опасаться;
- Б) где она сейчас находится и каково ее состояние, выраженное в характеристиках ее клиентов, продуктов, технологий, персонала и управления;
- В) как могут быть нейтрализованы внешние угрозы конкурентными преимуществами организации;
- Г) как ключевые факторы успеха могут нейтрализовать слабости организации.

ответ: Б

Вопрос 13: Для товара «дойная корова» характерны денежные потоки:

- А) отрицательные;
- Б) инвестиционные;
- В) положительные;
- Г) нулевые.

Ответ: В

Вопрос 14: Положение фирмы на рынке, позволяющее ей преодолевать силы конкуренции и привлекать покупателей:

- А) деловая стратегия;
- Б) конкурентные преимущества;
- В) синергизм;
- Г) стратегия фокусирования.

ответ: Б

Вопрос 15: Стратегия лидерства в издержках направлена на достижение конкурентных преимуществ за счет:

- А) высоких затрат и более низкой себестоимости
- Б) высоких затрат и более высокой себестоимости
- В) низких затрат и более низкой себестоимости
- Г) низких затрат и более высокой себестоимости

ответ: В

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1: Как называется комплексный документ, объединяющий в единое целое видение перспектив развития компании, четко сформулированные цели и пути их достижения?

Ответ: Стратегический план

Вопрос 2: Как определяется состояние соперничества или соревнования, часто между более или менее соответствующими друг другу компаниями?

Ответ : Конкуренция

Вопрос 3: Как называется человек или компания, которая получает, потребляет и оценивает произведенные товары и услуги и почему они важны для организации?

Ответ: Потребитель. Именно потребители являются источником доходов компании.

Вопрос 4: Как называется агрессивная стратегия, которая означает способность компании разрабатывать, производить и продавать аналогичные продукты более эффективно, чем конкуренты?

Ответ: Лидерство по издержкам

Вопрос 5: Система разделяемых работниками компании ценностей, неофициальных правил и поведенческих норм, возникающих как следствие совместного опыта и ожиданий людей, работающих в компании, и определяющих, как люди должны вести себя в большинстве ситуаций это:

Ответ: Корпоративная культура

Вопрос 6: Как называется наиболее общая цель организации как конкурентоспособной структуры,

представленная в наиболее общей форме и четко выражающая основную причину существования организации?

Ответ: Миссия

Вопрос 7: Как называется подход, который ориентирован на изучение влияния конкретной ситуации на процесс управления и почему он важен для управления?

Ответ: Ситуационный подход. Предполагается, что эффективность конкретного управления существенным образом зависит от его соответствия именно данной конкретной ситуации.

Вопрос 8: Группа товаров, которые могут быть сравнимы по их функциональному назначению, применению, качественным и техническим характеристикам, цене и другим параметрам таким образом, что покупатель действительно заменяет или готов заменить их друг другом в процессе потребления называется:

Ответ: Взаимозаменяемые товары

Вопрос 9: Что такое знак, символ, слова или их сочетание, помогающие потребителям отличить товары или услуги одной компании от другой и почему он важен для компании?

Ответ: Бренд. Бренд воспринимается как широко известная торговая марка или компания, занимающая в сознании и психологии потребительских сегментов особое место из массы себе подобных.

Вопрос 10: Как называются вложения средств с целью сохранения и увеличения капитала?

Ответ: Инвестиции

Вопрос 11: В рамках какого вида менеджмента происходит решение каждодневных задач существования организации в границах плана ее развития?

Ответ: В рамках оперативного менеджмента.

Вопрос 12: Как определяется общая функция менеджмента, комплекс работ по анализу ситуаций и факторов внешней среды, прогнозированию, оптимизации, оценке альтернативных вариантов достижения целей, выбору наилучшего варианта плана?

Ответ: Планирование

Вопрос 13: Что такое прогноз ?

Ответ: научно обоснованное суждение о возможных состояниях объекта в будущем, об альтернативных путях и сроках его существования.

Вопрос 14: Как называется условное место купли-продажи конкретного вида товара, заключения торговых сделок.

Ответ: Рынок

Вопрос 15: Как называется состав продаваемой фирмой продукции по группам, видам, типам, сортам, размерам и маркам и чем он различается?

Ответ: Ассортимент. Различается широтой (количеством товарных групп) и глубиной (количеством моделей, видов марки в каждой группе).

Вопрос 16: Этап жизненного цикла продукта, когда продажи растут медленно, а прибыль низка называется:

Ответ: Внедрение

Вопрос 17: Как называются совокупные затраты предприятия, связанные с производством продукции и доведением товара до потребителей?

Ответ: Издержки

Вопрос 18: Как называется компания, имеющая максимальную рыночную долю и (или) занимающая ведущие позиции на рынке в стратегически важных направлениях бизнеса?

Ответ: Лидер рынка

Вопрос 19: Кто такие новаторы?

Ответ: Потребитель, который раньше других готов к потреблению новых изделий.

Вопрос 20: Как называется соглашение на основе взаимной выгоды, в результате которого покупатель и продавец обмениваются чем-то, представляющим для них ценность (стоимость)?

Ответ: Обмен

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА: Каждое задание оценивается 1 баллом.

Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА.

«Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология

сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.
 «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
 «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
 «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра экзамена по всему изученному курсу. Тест размещен в разделе «Промежуточная аттестация по дисциплине» онлайн-курса на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ»:

<https://portal.edu.asu.ru/mod/quiz/view.php?id=424520>

Количество заданий в контрольно-измерительном материале (тесте) для промежуточной аттестации, составляет 95 заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ в целом: Для экзамена: «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	А.А. Томпсон, А.Д. Стрикленд	Стратегический менеджмент: Искусство разработки и реализации стратегии: учебник	М. : Юнити-Дана, 2015	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436856

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	С.А. Ким.	Маркетинг : учебник	М. : Издательско-торговая корпорация «Дашков и К°», 2017	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=454084
Л2.2	А.И. Долгов, Е.А. Прокопенко	Стратегический менеджмент : учебное пособие	М. : Флинта, 2016	//biblioclub.ru/index.php?page=book&id=83145

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"

	Название	Эл. адрес
Э1	курс Стратегии менеджмента и маркетинга в коммуникационной среде	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8936

6.3. Перечень программного обеспечения

Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно);
 Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);
 Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
 7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
 AcrobatReader
 (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
001вК	склад экспериментальной мастерской - помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Акустический прибор 01021; виброизмеритель 00032; вольтметр Q1202 Э-500; вольтметр универсальный В7-34А; камера ВФУ -1; компьютер Турбо 86М; масспектрометр МРС -1; осциллограф ЕО -213- 2 ед.; осциллограф С1-91; осциллограф С7-19; программатор С-815; самописец 02060 – 2 ед.; стабилизатор 3218; терц-октавный фильтр 01023; шкаф вытяжной; шумомер 00026; анализатор АС-817; блок 23 Г-51; блок питания "Статрон" – 2 ед.; блок питания Ф 5075; вакуумный агрегат; весы; вольтметр VM - 70; вольтметр В7-15; вольтметр В7-16; вольтметр ВУ-15; генератор Г-5-6А; генератор Г4-76А; генератор Г4-79; генератор Г5-48; датчик колебаний КВ - 11/01; датчик колебаний КР -45/01; делитель Ф5093; измеритель ИМП -2; измеритель параметров Л2-12; интерферометр ИТ 51-30; источник "Агат" – 3 ед.; источник питания; источник питания 3222; источник

Аудитория	Назначение	Оборудование
		питания ЭСВ -4; лабораторная установка для настройки газовых лазеров; лазер ЛГИ -21; М-кальк-р МК-44; М-калькул-р "Электроника"; магазин сопротивления Р4075; магазин сопротивления Р4077; микроскоп МБС -9; модулятор МДЕ; монохроматор СДМС -97; мост переменного тока Р5066; набор цветных стекол; насос вакуумный; насос вакуумный ВН-01; осциллограф С1-31; осциллограф С1-67; осциллограф С1-70; осциллограф С1-81; осциллоскоп ЕО -174В – 2 ед.; пентакта L-100; пирометр "Промень"; пистонфон 05001; преобразователь В9-1; прибор УЗДН -2Т; скамья оптическая СО 1м; спектограф ДФС -452; спектограф ИСП -51; стабилизатор 1202; стабилизатор 3217 – 4 ед.; стабилизатор 3218; стабилизатор 3222 – 3 ед.; станок токарный ТВ-4; усилитель мощности ЛВ -103 – 4 ед.; усилитель У5-9; центрифуга ВЛ-15; частотомер ЧЗ-54А; шкаф металлический; эл.двигатель; электродинамический калибратор 11032

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции, практические, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса. Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в

процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Теория и практика массовых коммуникаций

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра теории и практики журналистики
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	9 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	324	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 2
аудиторные занятия	96	
самостоятельная работа	201	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		1 (2)		Итого	
	Неделя	16	15	15		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	16	16	28	28	44	44
Практические	16	16	36	36	52	52
Сам. работа	76	76	125	125	201	201
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	108	108	216	216	324	324

Программу составил(и):
к.ф.н., Доцент, Манскова Е.А.

Рецензент(ы):
д.филос.н., Профессор, Семилет Т.А.

Рабочая программа дисциплины
Теория и практика массовых коммуникаций

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Срок действия программы: 2022-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
Лукашевич Елена Васильевна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра теории и практики журналистики

Протокол от 28.06.2022 г. № 7
Заведующий кафедрой *Лукашевич Елена Васильевна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Формирование у студентов комплексного представления о современных теоретических подходах к изучению массовых коммуникаций; освоение навыков использования теорий массовых коммуникаций для анализа процессов, происходящих в сфере медиа, а также для использования этих знаний в процессе управления информационными потоками и продвижении медиаконтента, научить верифицировать массовую информацию.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.02

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-2	Способен анализировать основные тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах
ОПК-2.1	Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов
ОПК-2.2	Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых медиапроектах и (или) медиапродуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов
ОПК-2.3	

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	
3.2.	Уметь:
3.2.1.	ОПК-2.1. Выявляет причинно-следственные связи в проблемах взаимодействия общественных и государственных институтов.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	ОПК-2.2. Соблюдает принцип беспристрастности и баланс интересов в создаваемых журналистских текстах и (или) продуктах при освещении деятельности общественных и государственных институтов.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Массовая коммуникация: основные понятия и термины						
1.1.	Информация и коммуникация: проблемы определения основных понятий	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.2.	Модель коммуникативного акта	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.3.	Изучить модели коммуникативных актов	Сам. работа	1	40	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.4.	Знаковые системы: онтология, функции, история	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.5.	Создание таймлайна «Эволюция знаковых систем»	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
1.6.	Собрать материал для создания таймлайна	Сам. работа	1	36	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 2. Эффекты массовой коммуникации						
2.1.	. Эффекты массовой коммуникации: влияние масс-медиа на аудиторию	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.2.	Выбери меня	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.3.	Теории массовой коммуникации	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.4.	Вопрос Эриху Фромму	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.5.	Медиа через призму «четырёх теорий прессы»	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.6.	Теория повестки дня и эффект привратника в практике взаимодействия со СМИ. Что такое ньюсджекинг	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
2.7.	Практика ньюсджекинга	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 3. Адресат массовой коммуникации: проблемы таргетирования целевой аудитории медиа						
3.1.	Методы таргетирования целевой аудитории медиа	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.2.	Метод персонажей	Практические	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
3.3.	Дизайн-мышление в проектировании медиа	Лекции	1	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
3.4.	Практика дизайн-мышления в медиа	Практические	1	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 4. Современные формы массовой коммуникации						
4.1.	Новые медиа и digital-глобализация	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.2.	Продвижение контента в социальных медиа	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	
4.3.	Создаём контент-план аккаунта	Практические	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.4.	Провести глубинные интервью	Сам. работа	2	40	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.5.	Использование авторского контента: законодательный аспект	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.6.	Блок-схема «Чужое по закону»	Практические	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.7.	Современные форматы медиапроектирования и продвижения	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.8.	Что такое сторителлинг	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.9.	Формулы сторителлинга	Практические	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.10.	Алгоритмы и инструменты цифрового сторителлинга	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
4.11.	Цифровой сторителлинг	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
Раздел 5. Верификация массовой информации						
5.1.	Фактчекинг основные понятия	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.2.	Типы ошибок массовой информации	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.3.	Типология фейков	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
5.4.	Фейк: исторический контекст	Лекции	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.5.	Игра «Лучший фейк века»	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.6.	Игра «Обмани, если сможешь»	Практические	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.7.	Приготовить примеры к игре «Обмани, если сможешь». Необходимо собрать кейс, состоящий из фактически точных материалов и фейков	Сам. работа	2	40	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.8.	Разновидности и правила фактчекинга, классификация ошибок	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.9.	Верификация ошибок	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.10.	Инструменты фактчекинга	Лекции	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.11.	Источники верификации	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.12.	Алгоритмы верификации	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.13.	В сервисе Playbuzz создать тест-викторину из 10 вопросов	Сам. работа	2	45	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.14.	Проверка научной информации	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.15.	Фактчекинг визуальной информации	Лекции	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.16.	Игра «Найди фейк»	Практические	2	4	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3
5.17.	Верификация видео	Практические	2	2	ОПК-2.1, ОПК-2.2, ОПК-2.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2, Л2.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-2

ТЕСТОВЫЕ ЗАДАНИЯ (открытого типа)

Вставьте пропущенные слова

1. Существует несколько типов коммуникации: внутриличностная, межличностная, организационная, массовая. Какой тип коммуникации в этом ряду пропущен? (ответ состоит из одного слова, обратите внимание на то, что вы отвечаете на вопрос как АЯ коммуникация).
2. Наука, изучающая общие закономерности процессов управления и передачи информации в машинах, живых организмах и обществе - это...
3. В научный оборот понятие информации ввёл..... (имя и фамилия).
4. Материальный предмет (явление, событие), объективно заменяющий некоторый другой предмет, свойство или отношение и используемый для приобретения, хранения, переработки и передачи сообщений (информации, знаний - это.....
5. Метод аксиоматических доводов относится к семи классическим инструментам (вставьте пропущенное слово).
6. Послевоенные исследования П.Лазарсфельда и его коллег, отражённые в монографиях "Выбор народа" и "Голосование", показали, что решающее воздействие на выбор избирателей оказывали (закончите предложение).
7. Исследования Карла Ховленда во время Второй Мировой Войны, проведённые учёным для армии США показали, что пропагандистские фильмы мотивацию солдат (вставьте пропущенные слова).
8. Согласно теории эффекта третьего лица большинство людей склонны считать, что негативные материалы оказывают на других людей гораздо эффект, нежели на них самих (вставьте пропущенное слово).
9. Теория спирали молчания утверждает, что индивиды, чья точка зрения находится в....., могут поменять молчание на активное высказывание своей позиции, если эта позиция легитимизирована масс-медиа (вставьте пропущенное слово).
10. Согласно теории прессы контроль со стороны государства осуществляется через любые формы массовой коммуникации (вставьте пропущенное слово).
11. К негативным последствиям утверждения типа прессы относится то, что коммерциализация индустрии приводит к доминанте низовой, массовой культуры в информационном поле (вставьте пропущенное слово).
12. Авторы "Четырёх теорий прессы"..... (назовите фамилии).
13. Agenda setting в переводе значит
14. Ньюсджекинг надо начинать на этапе..... (закончите предложение).
15. Ньюсджекинг - это подход к проектированию инновационных решений, ориентированный на
16. К объективным факторам, определяющим положительную реакцию привратника на включение события в повестку дня, относится выбор коммуникации с привратником.
17. – это группа интернет-приложений, которые основываются на идеологических и технологических основах Веб 2.0 и позволяют создавать пользовательский контент и обмениваться им.
18. Не существует единого шаблона аккаунта.
19. Формула правильного соотношения продающих и вовлекающих постов в недельном графике ведения аккаунта следующая:.....
20. Одна большая тема, много историй, много форм, много каналов - это...
21. Информационная система, которая обеспечивает одновременное представление информации в различных формах – текст, звук, анимированная компьютерная графика, видеоряд, фотография, - это.....
22. Мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа: эти термины можно разделить по тому, как они используют И
23. Вебдок может быть частью или трансмедиа проектов.
24. Фактчекинг информации до публикации называют термином, после публикации -
25. – это разновидность недостоверной информации, верификация которой затруднена или невозможна.

Ответы:

1. Групповая
2. Кибернетика
3. Ральф Хартли
4. знак
5. пропаганды
6. лидеры общественного мнения
7. не повышают
8. больший
9. меньшинстве
10. авторитарной
11. либертарианского

12. Сиберт, Питерсон, Шрамм

13. Повестка дня

14. зарождения тренда

15. новостные тренды

16. времени

17. социальные медиа

18. контент-плана

19. 4+1

20. Трансмедиа

21. Мультимедиа

22. Медиаформу и медиаканалы

23. Кроссмедиа

24. Ante hoc, post hoc

25. Фактоид

Тестовые задания закрытого типа

1 Кто ввёл в научный оборот понятие информации как количественной меры измерения сведений?

А) Гарольд Лассуэлл

Б) Ральф Хартли

В) Чарльз Кули

2

А) Синергетика

Б) Кибернетика

В) Семиотика

3. Соедините утверждения с соответствующим им подходом к природе информации.

А) Информация находится в неразрывной связи с управлением и самоуправлением.

Б) Отрицает существование информации в неживой природе

В) Информация как объективное свойство всех материальных объектов.

I – атрибутивный подход

II – функциональный подход

4. Коммуникация – это:

А) общение и обмен информацией в обществе, т.е. социальная коммуникация.

Б) общение, передача информации от человека к человеку.

В) средство связи любых объектов материального и духовного мира.

Г) все три определения верны

5. Массовая информация - это предназначенные для неограниченного круга лиц печатные, аудио, аудиовизуальные и иные сообщения, содержащие сведения о лицах, предметах, фактах, событиях, явлениях и процессах, а также мнения о них.

А) Верно

Б) Неверно

6. Определите к какому типу знаковой системы относятся перечисленные знаки.

А) ноты

Б) светофор

В) английский язык

I – системы записи

II – вербальные знаки

III – конвенциональные знаки

7/ К специфике коммуникации в традиционном обществе относится.....

А) большой охват аудитории

Б) возможность тиражировать образы

В) повтор как легитимация образа мира

8. Найдите соответствия методов пропаганды их определениям.

А) Использование форм, которые имеют истоки в обычаях, традициях, подчеркивают связь с «простым человеком»

Б) Выбираются только нужные коммуникатору аргументы. Всё другое игнорируется

В) С помощью фраз и слов типа «свобода», «демократия» и тому подобное скрывается или извращается действительная сущность явлений.

I – метод народности

II – метод «общих красивых фраз»

III – метод тасовки карт

9. Соотнесите конкретные теории массовой коммуникации с соответствующими моделями воздействия масс-медиа.

А) Теория П.Лазарсфельда о "лидерах общественного мнения"

- Б) Теория agenda-setting (повестки дня) М. Мак-Комбс и Д. Шоу
 В) Теория шприца
 Г) Теория спирали молчания
 I – модель ограниченного воздействия медиа
 II – модель умеренного воздействия медиа
 III – модель тотального воздействия медиа
10. Теория "волшебной пули" относится к моделям высокой степени влияния масс-медиа на аудиторию.
 А) Верно
 Б) Неверно
11. Соотнесите теорию массовой коммуникации с её автором.
 А) Теория стереотипов
 Б) Теория когнитивного диссонанса
 В) Теория спирали молчания
 I- Леон Фестингер
 II-Элизабет Ноэль-Нойман
 III- Уолтер Липпман
12. К какому типу медиа, "горячему" или "холодному", относил Маршалл МакЛюэн следующие каналы коммуникации:
 А) Речь
 Б) Радио
 В) Телевидение
 Г) Кино
 I – «горячее»
 II – «холодное»
13. Соотнесите теоретиков постмодернистских коммуникационных взглядов с актуализированными этими учёными понятиями, терминами и дефинициями.
 А) Габитус
 Б) Дромология
 В) Симулякр
 Г) Языковые игры
 Д) Шоу-политика
 I – Пьер Бурдьё
 II – Ги Дебора
 III – Поль Вирильо
 IV – Жан-Этьер Лиотар
 V – Жан Бодрийяр
14. Установите соответствия между теорий прессы и одной из её характеристик.
 А) СМИ находятся в общественной собственности.
 Б) Только частная собственность на СМИ
 В) Идеал вещания, служащего общественным интересам
 Г) Власти имеют все права на любые СМИ.
 I-теория партийной прессы
 II-теория авторитарной прессы
 III-либертарианская теория прессы
 IV-теория социальной ответственности
15. Распределите список по двум категориям: I - типовые ошибки в продвижении и II - типовые инструменты продвижения
 А) Большое количество постов в день
 Б) Shoutout for shoutout (SFS)
 В) Моноформатность
 Г) Комментирование тематически близких аккаунтов
 Д) Часто использование видеоформата
 Е) Накрутка
- Ответы:
 1. А
 2. Б
 3. А-II, Б-II, В-III
 4. Г
 5. А
 6. А-I, Б-III, В-II
 7. В
 8. А-I, Б-III, В-II

9. А – I, Б- II, В – III, Г - II
10. А
11. А-III, Б-I, В-II
12. А-II, Б-I, В-II, Г-I
13. А-I, Б-III, В-V, Г-IV, Д-II
14. А-I, Б-III, В-IV, Г-II
15. А – I, Б-II, В-I, Г-II, Д-II, Е-I

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

не предусмотрено

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

ВОПРОСЫ К ЭКЗАМЕНУ

Перечень вопросов

1. Понятие информации.
2. Понятие коммуникации.
3. Модели и элементы коммуникативного акта.
4. Понятие массовой коммуникации: факторы и функции.
5. Семиотика и понятие знака.
6. Типы знаковых систем.
7. Дописьменные знаковые системы.
8. Начало письменной эпохи и "печатная" революция.
9. Семь классических инструментов пропаганды.
10. Стратегии эффективной подачи информации.
11. Эволюция теории эффектов массовой коммуникации.
12. Теория стереотипов
13. Теория пользы и удовлетворения.
14. Теория спирали молчания.
15. Теоретические воззрения Маршала Маклюэна
16. Коммуникативные взгляды постструктуралистов.
17. Система отношений СМИ-государство: четыре теории прессы.
18. Авторитарная теория прессы.
19. Партийная пресса.
20. Либертарианская модель прессы.
21. Теория социальной ответственности прессы.
22. Проблема конструирования реальности средствами медиа.
23. Теория повестки дня.
24. Эффект привратника.
25. Метод ньюсджекинга.
26. Проблема определения адресата массовой коммуникации.
27. Методы таргетирования аудитории медиа.
28. Метод дизайн-мышления в проектировании медиа.
29. Новые медиа и digital-глобализация.
30. Продвижение контента в социальных медиа.
31. Новые форматы медиапроектирования: мультимедиа, кроссмедиа и трансмедиа.
32. Основы сторителлинга.
33. Формулы сторителлинга.
34. Алгоритм производства контента в рамках цифрового сторителлинга.
35. Использование авторского контента: законодательный аспект
36. Концепция фактчекинга.
37. Факт, фактоид и фейк.
38. Разновидности фактчекинга.
39. Информационные продукты фактчекинга.
40. Фактчекинг публичных заявлений и официальной информации.
41. Построение доказательной базы и методы доказательств в фактчекинге.
42. Фактчекинг научной информации.
43. Классификация ошибок.
44. Способы предупреждения ошибок и ответственность.
45. Источники информации.

46. Типовые объекты проверки.
47. Правила фактчекинга.
48. Источники поиска верных данных.
49. Алгоритм верификации интернет-источника.
50. Правила проверки профилей в социальных сетях.
51. Верификация фотографий.
52. Работа с метаданными.
53. Верификация видео.
54. Общие проблемы фактчекинга.

Структура билета:

1. Теоретический вопрос.
2. Практическое задание (см. тестовые практические задания).

Критерии оценивание ответа на экзамене

Отлично: студентом 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. Практическое задание выполнено в полном объеме.

Хорошо: студентом дан развернутый ответ на поставленный вопрос, где студент демонстрирует знания, приобретенные на лекционных и практических 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. Практическое задание выполнено с небольшими ошибками.

Удовлетворительно: студентом 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. Практическое задание показало низкий уровень владения типовыми сервисами и приложениями.

Неудовлетворительно: студентом 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. Т.е. студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя. Практическое задание не выполнено.

Экзамен выставляется автоматически всем, кто сдал тестовые теоретические и практические задания в течение учебного года согласно приведенным выше критериям и КИМ.

Приложения

Приложение 1.  [ФОС Теория и практика МК.docx](#)

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
ЛП.1	Мечковская Н.Б.	Семиотика: Язык. Природа. Культура : курс лекций	, 2004	

Л1.2	Мансурова В.Д.	Журналистская картина мира как фактор социальной детерминации: монография	Барнаул: изд-во Алт. ун-та, 2002	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/243
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Кнабе Г.	Семиотика культуры:	М.: Директ-Медиа // ЭБС «Университетская библиотека online», 2012., 2007	
Л2.2	Землянова Л.М.	Коммуникативистика и средства информации: англо-русский толковый словарь концепций и терминов	М., , 2004.	
Л2.3	Гундарин, Михаил Вячеславович	Основы интегрированных коммуникаций связи с общественностью : учеб. пособие	АлтГУ, 2016	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3445
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Портал "Теплица социальных технологий"		https://te-st.ru/	
Э2	Образовательный сайт "теории и практики"		https://theoryandpractice.ru/	
Э3	Курс в Moodle		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=8959	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационная справочная система: СПС КонсультантПлюс (инсталлированный ресурс АлтГУ или http://www.consultant.ru/). Профессиональные базы данных: 1. Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com/); 2. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/); 3. Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru/)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Учебная аудитория	для проведения занятий всех видов (дисциплинарной, междисциплинарной и модульной подготовки), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проекта (работы), проведения практики	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
Помещение для самостоятельной работы	помещение для самостоятельной работы обучающихся	Компьютеры, ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную информационно-образовательную среду АлтГУ

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекции. В ходе лекционных занятий студентам рекомендуется вести конспектирование учебного материала. Обращать внимание на категории, формулировки, раскрывающие содержание тех или иных явлений и процессов, научные выводы и практические рекомендации. В дистанционном формате обучения контроль освоения лекционного материала осуществляется посредством контрольных тестов.

Практики. Практических занятий проводятся в нескольких форматах: анализ кейсов, игры, тренинговые командные игры, письменные задания, работа в приложениях. Цель практических занятий: формирование навыков по созданию качественного медиапродукта с четким таргетированием целевой аудитории.

Оцениваются исходя из шкал оценивания ФОС. Ответы представляются в устной форме непосредственно на семинарах. В формате дистанционного обучения - письменно, в форме презентаций, интерактивных мультимедийных материалов.

Самостоятельная работа. Задания для самостоятельной работы предполагают подготовку к практическим занятиям и производство собственного медиапродукта. Оцениваются исходя из шкал оценивания ФОС. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Экзамен. Экзамен проходит в очном формате в устной форме и предполагает ответ на два теоритических вопроса. Время подготовки к ответу 25 минут. Ответ оценивается исходя из шкал оценивания ФОС.

Экзамен может быть выставлен автоматически в дистанционном формате обучения, если студент выполнил все необходимые задания в течение семестра на соответствующем уровне (исходя из представленных выше шкал оценивания ФОС).

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

SMM продвижение рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	12 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	432	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	3
аудиторные занятия	120		
самостоятельная работа	285		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	28	28	28	28
Лабораторные	64	64	64	64
Практические	28	28	28	28
Сам. работа	285	285	285	285
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	432	432	432	432

Программу составил(и):

к.филол.н., доцент, Валулина Е.В.; Старший преподаватель, Жеребненко А.В.

Рецензент(ы):

телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины

SMM продвижение

разработана в соответствии с ФГОС:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:

42.04.05 Медиакоммуникации

утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой

д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8

Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью дисциплины является освоение теоретических подходов и практических навыков управления маркетингом в социальных сетях, используя современные технологии в конкурентной стратегии предприятия. Для достижения цели требуется решение следующих задач: усвоение современных моделей развития и функционирования социальных медиа; получение опыта применения инструментов планирования и оценки маркетинга в социальных медиа; анализ российской практики маркетинга в социальных медиа; адаптация современных зарубежных практик маркетинга в социальных медиа для российских условий.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-4	Способен разработать и управлять стратегией продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-4.1	Знает стандарты, технические условия и другие нормативные документы в области электронных изданий
ПК-4.2	Умеет определять этапы, составлять график реализации медиапроекта и (или) производства медиапродукта
ПК-4.3	Владеет навыками отбора и внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно-коммуникационные технологий

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	
3.2.	Уметь:
3.2.1.	
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Основы маркетинга в соцмедиа						
1.1.	Характеристика соцсетей как маркетинговой площадки	Лекции	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.2.	Статистика популярности соцмедиа. Исследования Nielsen, comScore и др.	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
1.3.	Статистика популярности соцмедиа. Исследования Nielsen, comScore и др.	Сам. работа	3	24	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
1.4.	Особенности поведения пользователей соцмедиа	Лекции	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
1.5.	Особенности поведения пользователей соцмедиа	Сам. работа	3	48	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
1.6.	SMM как часть трансмедийной кампании	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
1.7.	SMM как часть трансмедийной кампании	Сам. работа	3	56	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
1.8.	Проектирование трансмедийной кампании в соцсетях	Лабораторные	3	18	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Инструментарий SMM						
2.1.	Стратегии и инструментарий маркетинга в соцмедиа	Лекции	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.2.	Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.3.	Стратегии в отдельных соцмедиа: ВК	Сам. работа	3	56	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.4.	Разработка стратегии продвижения в соцмедиа ВК	Лабораторные	3	18	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.5.	Стратегии в отдельных соцмедиа; Телеграм	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.6.	Стратегии в отдельных соцмедиа; Телеграм	Сам. работа	3	56	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.7.	Разработка стратегии продвижения в соцмедиа: Телеграм	Лабораторные	3	18	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.8.	Стратегии в отдельных соцмедиа: TikTok.	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.9.	Стратегии в отдельных соцмедиа: TikTok.	Сам. работа	3	12	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
2.10.	Создание видеоконтента в формате быстрых видео	Лабораторные	3	10	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Оценка эффективности SMM						
3.1.	Системы мониторинга и аналитики.	Лекции	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.2.	Системы мониторинга и аналитики.	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.3.	Системы мониторинга и аналитики.	Сам. работа	3	19	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.4.	Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	Практические	3	4	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.5.	Конверсия и лидогенерация в соцмедиа	Сам. работа	3	8	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.6.	КРІ маркетинговой деятельности в социальных медиа.	Лекции	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.7.	КРІ маркетинговой деятельности в социальных медиа.	Сам. работа	3	6	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2
3.8.		Экзамен	3	27	ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л2.1, Л2.2, Л2.3, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5718</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ</p> <p>ПК-4: Способен создавать план производства медиапроекта с применением современной технологической инфраструктуры</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p>

Вопрос 1. Метрика Unfollows (количество отписок) помогает оценить

а) полезен ли контент в сообществе, верно ли выбрана коммуникативная стратегия, правильно ли настроен таргетинг в рекламе.

б) число просмотров по всем постам сообщества за определенный период.

в) количество людей, которые хотя бы раз контактировали с публикацией сообщества.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 2. Что из перечисленного ниже можно отнести к целевому действию:

а) позвонить

б) поставить реакцию

в) купить

г) все перечисленное

ОТВЕТ: г.

Вопрос 3. TGStat – это?

а) Сервис настройки таргетированной рекламы в Telegram

б) Сервис аналитики

в) Формат вовлекающего контента

ОТВЕТ: б.

Вопрос 4. UTM-метки – это

а) специальные теги, которые добавляются к ссылке на сайт. Они передают подробную информацию о канале трафика и позволяют системам аналитики различить пользователей, пришедших по ссылкам из разных источников.

б) уникальный идентификатор интернет-рекламы, содержащий информацию о рекламодателе

ОТВЕТ: а.

Вопрос 5. eCPM (Effective Cost Per Mille) —

а) эффективная стоимость 1000 показов.

б) потенциальная ставка за 1000 показов, за клик или за целевое действие, которую назначает «умная модель» на основании различных факторов, таких как исторические данные о кликабельности объявления, его конверсионность в целевое действие.

в) конверсионность конкретного объявления.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 6. Чему равен минимальный бюджет для запуска таргетированной рекламы во «ВКонтакте» через рекламный кабинет?

а) минимум 1000 рублей.

б) минимум 500 рублей.

в) минимум 600 рублей.

ОТВЕТ: в.

Вопрос 7. Верно ли утверждение: «Инвайтинг – это эффективный способ продвижения во ВКонтакте»?

а) Да

б) Нет

ОТВЕТ: б.

Вопрос 8. Минимальный рекламный бюджет на Telegram Ads для отечественных пользователей составляет...

а) 1 500 рублей + НДС

б) 1500 € + НДС

в) 3 000 € + НДС

г) 3 000 рублей + НДС

ОТВЕТ: б.

Вопрос 9. Какие пользователи могут публиковать Stories в Telegram?

а) все

б) обладатели подписки Premium

в) владельцы публичных каналов, число читателей которых превышает 1 млн.

ОТВЕТ: б.

Вопрос 10. Нуждается ли «самореклама» в социальных сетях в обязательной маркировке?

а) Да

б) Нет
ОТВЕТ: а.

Вопрос 11. Нужно ли маркировать информацию о партнерах, размещенную в соцсетях?

а) Нет, при соблюдении требований ФЗ «О рекламе».

б) Да

ОТВЕТ: а.

Вопрос 12. Маркет-платформа – это

а) собственная биржа блогеров «ВКонтакте». Владельцы сообществ подключаются к ней, чтобы рекламодатели могли у них размещаться.

б) торговая площадка, которая продаёт товары и услуги разных продавцов через интернет.

в) рекламный кабинет соцсети.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 13. По каким показателям можно настроить таргетированную рекламу в Telegram?

а) Пол, возраст

б) Семейное положение

в) Местоположение

г) Язык

д) Интересы

ОТВЕТ: в,г,д.

Вопрос 14. Таргетированное рекламное объявление в Telegram...

а) состоит только из текста и может включать до 160 символов.

а) состоит из текста и изображения, может включать до 250 символов.

б) Может состоять из видео\изображения или текста.

ОТВЕТ: а.

Вопрос 15. Подлежит ли обязательной маркировке реклама в Telegram?

а) да

б) нет

ОТВЕТ: а.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Что помогает оценить метрика Unfollows (количество отписок) помогает оценить?

ОТВЕТ: полезен ли контент в сообществе, верно ли выбрана коммуникативная стратегия, правильно ли настроен таргетинг в рекламе.

Вопрос 2. Приведите примеры СТА.

ОТВЕТ: позвонить, заполнить заявку, поставить лайк, купить, перейти по ссылке и т.д.

Вопрос 3. TGStat – это?

ОТВЕТ: сервис медиааналитики.

Вопрос 4. UTM-метки – это?

ОТВЕТ: специальные теги, которые добавляются к ссылке на сайт. Они передают подробную информацию о канале трафика и позволяют системам аналитики различить пользователей, пришедших по ссылкам из разных источников.

Вопрос 5. eCPM (Effective Cost Per Mille) – это?

ОТВЕТ: эффективная стоимость 1000 показов.

Вопрос 6. Чему равен минимальный бюджет для запуска таргетированной рекламы во «ВКонтакте» через

рекламный кабинет?

ОТВЕТ: 600 рублей.

Вопрос 7. Что такое инвайтинг?

ОТВЕТ: рассылки приглашений для пользователей соцсетей на вступление в различные сообщества или участие в мероприятиях.

Вопрос 8. Чему равен минимальный рекламный бюджет на Telegram Ads для отечественный пользователей?

ОТВЕТ: 1500 € + НДС.

Вопрос 9. Какие пользователи могут публиковать Stories в Telegram?

ОТВЕТ: обладатели подписки Premium.

Вопрос 10. Что такое маркет-платформа?

ОТВЕТ: собственная биржа блогеров «ВКонтакте». Владельцы сообществ подключаются к ней, чтобы рекламодатели могли у них размещаться.

Вопрос 11. Какое максимальное количество символов может содержать таргетированное рекламное объявление в Telegram?

ОТВЕТ: 160 символов.

Вопрос 12. Сколько подписчиков необходимо каналу «Дзен» для получения верификации?

ОТВЕТ: минимум 100 000 подписчиков.

Вопрос 13. Какой из сервисов веб-аналитики можно подключить к каналу «Дзен»?

ОТВЕТ: «Яндекс Метрика» и LiveInternet.

Вопрос 14. Каким образом можно дублировать контент из канала в Telegram на платформу «Дзен»?

ОТВЕТ: Нужно воспользоваться синхроботом Дзена. Это бот, который публикует посты из вашего телеграм-канала прямо в Дзен. Для этого нужно авторизоваться и синхронизировать каналы. Больше ничего делать не придётся: после успешной настройки посты из телеграма будут автоматически размещаться на вашем дзен-канале.

Вопрос 15. На какой максимальный срок возможно отложить публикация в канале «Дзен»?

ОТВЕТ: Публикацию материала или правок можно отложить максимум на 365 дней.

Вопрос 16. Какое основное требование необходимо соблюсти для объединения сайта и канала в «Дзен» для автоматического дублирования контента с сайта?

ОТВЕТ: канал должен набрать не менее 100 подписчиков и направить заявку на монетизацию.

Вопрос 17. Какое максимальное количество картинок можно прикрепить к посту в «Дзен»?

ОТВЕТ: не больше 10 штук.

Вопрос 18. Какие внутренние варианты интерактивного контента предлагает платформа «Дзен»?

ОТВЕТ: опрос.

Вопрос 19. Метрика «дочитывание» в «Дзен» позволяет посмотреть?

ОТВЕТ: количество пользователей, которые просмотрели публикацию до конца.

Вопрос 20. При каких условиях «Дзен» автоматически переводит канал из модели «Расширенный показ» в модель показа контента «Показ по подписке»?

ОТВЕТ: При нарушении каналом требований платформы.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов.

Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

<p>«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.</p>
<p>5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)</p>
<p>Не предусмотрено.</p>
<p>5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации</p>
<p>Промежуточная аттестация заключается в проведении экзамена по всему изученному курсу. Экзамен проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса теоретического характера и 1 практическое задание.</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. SMM-стратегия: понятие, классификация 2. Цели и тактики SMM 3. «ВК»: характеристика, эффективность форматов 4. Telegram: характеристика, эффективность форматов 5. «Дзен»: характеристика, эффективность форматов 6. «Рутуб»: характеристика, эффективность форматов 7. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media: «ВК» 8. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media: Telegram 9. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media: «Дзен» 10. Особенности формирования коммуникационной стратегии в social media: «Рутуб» 11. «ВК»: технологии продвижения 12. Telegram: технологии продвижения 13. «Дзен»: технологии продвижения 14. «Рутуб»: технологии продвижения 15. Этические вопросы при использовании инструментов SMM 16. Системы мониторинга и аналитики SMM. 17. Конверсия и лидогенерация в соцмедиа 18. Особенности поведения потребителей в соцмедиа 19. Планирование маркетингового исследования в соцмедиа 20. Ключевые метрики маркетинга в соцмедиа 21. Работа с негативом в соцмедиа 22. Оценка эффективности маркетинга в соцмедиа 23. SMM как часть трансмедийной кампании 24. Геймификация в SMM <p>Типовое практическое задание Проанализируйте официальные сообщества в социальной сети «Вконтакте» Алтайского государственного университета. Разработайте для одного из них уникальную стратегию продвижения.</p> <p>КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:</p> <p>«Отлично»: студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, 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.</p> <p>«Хорошо»: студентом 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 допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.</p> <p>«Удовлетворительно»: студентом 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 решении практических заданий.</p>

«Неудовлетворительно»: студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Зельдович Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518357
Л1.2	Дзялошинский И.М.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517871
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Гуров Ф.Н.	Продвижение бизнеса в Интернет: все о PR и рекламе в Сети : учебник	М. : Вершина, 2009	
Л2.2	Росситер, Джон Р	Реклама и продвижение товаров:	СПб. : Питер, 2001	
Л2.3	Шпаковский, В.О.	PR-дизайн и PR-продвижение:	, 2018	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	курс Social Media Marketing		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=5718	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека eLibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
320Л	медиа-тека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновите новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Бизнес-моделирование в медиа рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		диф. зачеты: 3
аудиторные занятия	32	
самостоятельная работа	76	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (3)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
старший преподаватель, Жеребненко Анна Вячеславовна

Рецензент(ы):
телеведущий ГТРК "Алтай", Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Бизнес-моделирование в медиа

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<ul style="list-style-type: none">- Подготовка слушателей к принятию управленческих решений при управлении творческими коллективами, редакциями СМИ, медиакомпаниями и холдингами и т.д.- Получение знаний в области проектирования организационных структур медиа и механизмов функционирования СМИ.- Освоение инструментов стратегической организационной диагностики и использования их при управлении портфелем медиахолдинга.- Изучение методов и особенностей управления правами на контент в различных средах.- Освоение основных методов бюджетирования и финансового анализа, используемых в медиакомпаниях.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **Б1.О.03**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-2	Способен использовать профессионально методы, формы и жанры для создания и обработки текстов для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов
ПК-2.1	Знает технологии разработки и реализации проектов в медиасфере
ПК-2.2	Умеет разрабатывать концептуальные и стратегические документы по созданию и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в медиасфере
ПК-2.3	Владеет навыками разработки и реализации индивидуального и (или) коллективного проекта в медиасфере; а также навыками подготовки презентации проекта для различных целевых аудиторий
ПК-3	Способен создавать концепцию и реализовать индивидуальный и (или) коллективный проект в медиасфере
ПК-3.1	Знает методы анализа и оценки эффективности проектов в медиасфере, методологию социологических и маркетинговых исследований целевой аудитории и потребностей рынка
ПК-3.2	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками анализа эффективности реализации проектов и подготовки аналитических отчетов по этапам реализации проектов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	принципы управления медиаорганизациями и специфику управления такими структурами в сравнении с другими видами бизнеса; особенности гибкого и адаптивного управления творческими коллективами и методы мотивации творческого персонала; способы оценки потребности в ресурсах и планировании их использования для решения задач в профессиональной области;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	создавать стратегии, бизнес-планы, бюджеты и финансовые планы, оценивая потребности в ресурсах для их реализации; концепции медиа, маркетинговые стратегии программные сетки и т.п., управлять контентом, доходностью, коммерческим отделом, редакционными и творческими структурами, временными творческими коллективами, анализировать деятельность СМИ в ее структурном, смысловом и аудиторном аспектах; гибко адаптироваться к различным профессиональным ситуациям для решения поставленных профессиональных задач.

3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	пользования компьютерными программными пакетами для управления проектами, статистическими пакетами, системами распределения обязанностей в редакции, применения источников данных о рынках, использования методов стратегического, маркетингового, организационного анализа медиакомпаний; технологиями поиска и обработки различных видов информации (в том числе на основе системного подхода).

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Организационные модели и организационные структуры в медиабизнесе						
1.1.	Бизнес-модели в медиаиндустрии	Лекции	3	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.2.	Бизнес-модели в медиаиндустрии	Практические	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.3.	История организационных структур в СМИ и СМК	Лекции	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.4.	История организационных структур в СМИ и СМК	Практические	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.5.	Медиакомпании: понятие, типология	Лекции	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.6.	Медиакомпании: понятие, типология	Практические	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
Раздел 2. Управление медиаактивами						
2.1.	Медиаактивы предприятий	Лекции	3	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.2.	Медиаактивы предприятий	Практические	3	6	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.3.	Медиаактивы предприятий	Сам. работа	3	76	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.4.	Управление рисками в медиабизнесе	Лекции	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
2.5.	Управление рисками в медиабизнесе	Практические	3	2	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.6.	Финансовые ресурсы медиакомпаний. Нелинейные доходы медиабизнеса	Практические	3	4	ПК-2.1, ПК-2.2, ПК-2.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» – <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10756>

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-2: Способен разрабатывать и реализовать индивидуальный и (или) коллективный проект в медиасфере

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Часть креативной индустрии, сектор экономики, направленный на удовлетворение как запросов (информационного, аналитического, развлекательного) аудитории разного типа, так и запроса рекламодателей на доступ к аудитории называется...

- а) Медиасфера
- б) Медиаэкономика
- в) Медиаиндустрия
- г) Медиасреда

Ответ: в.

Вопрос 2. Ряд экономической науки, который занимается изучением СМИ как отдельной отрасли рыночного хозяйства, а также условий и элементов медиапроизводства называется...

- а) Медиасфера
- б) Медиаэкономика
- в) Медиаиндустрия
- г) Медиасреда

Ответ: б.

Вопрос 3. Какой медиаисследователь впервые вводит концепцию «товара» применительно к медиааудитории?

- а) Д. Смайт
- б) Р. Пикар
- в) Г. Дженкинс

Ответ: а.

Вопрос 4. Какие типы рыночных структур присутствуют на медиарынке?

- а) совершенная конкуренция
- б) монополистическая конкуренция
- в) олигополия
- г) монополия

Ответ: а,б,в,г.

Вопрос 5. Какой тип конкуренции предполагает наличие монополий или олигополий на верхнем уровне и присутствие конкуренции на более низких уровнях – региональном, городском, районе и др.?

- а) монополистическая конкуренция
- б) совершенная конкуренция
- в) зонтичная конкуренция

Ответ: в.

Вопрос 6. Какие из перечисленных ниже сегментов относятся к медиарынку?

- а) Газетный и журнальный рынок
- б) Рынок маркетплейсов
- в) Рынок компьютерных игр
- г) Рынок медицинских технологий

Ответ: а,б,в.

Вопрос 7. Монополистическая конкуренция - это ...?

- а) конкурирующие производители предлагают однотипные товары для различных категорий потребителей при ограниченном разнообразии самих товаров, характеризует рынок FM-радио, некоторые секторы журнальной индустрии.
- б) доминирование на рынке всего лишь нескольких компаний – характерна для телевизионной индустрии (в США несколько общенациональных телесетей), для рынка музыкальных записей, киноиндустрии.
- в) доминирует только одна компания, существуют в газетном бизнесе при отсутствии конкурирующих изданий.

Ответ: а.

Вопрос 8. Аналитический инструмент, способный отразить логику основных процессов, происходящих как внутри организации (конфигурации ее основных процессов, формирования ее архитектуры), так и вне ее – это?

- а) Бизнес-модель
- б) Аудит медиакомпания
- в) Учредительный документ

Ответ: а.

Вопрос 9. Что выступает источником дохода в государственной бизнес-модели медиапредприятия?

- а) финансируется из государственных и муниципальных бюджетов
- б) существует за счет абонентской платы
- в) основные источники дохода – реклама и продажа контента
- г) интегрирует все перечисленные выше способы финансирования

Ответ: а.

Вопрос 10. Что выступает источником дохода в коммерческой бизнес-модели медиапредприятия?

- а) финансируется из государственных и муниципальных бюджетов
- б) существует за счет абонентской платы
- в) основные источники дохода – реклама и продажа контента
- г) интегрирует все перечисленные выше способы финансирования

Ответ: в.

Вопрос 11. Что выступает источником дохода в общественной бизнес-модели медиапредприятия?

- а) финансируется из государственных и муниципальных бюджетов
- б) существует за счет абонентской платы
- в) основные источники дохода – реклама и продажа контента
- г) интегрирует все перечисленные выше способы финансирования

Ответ: б.

Вопрос 12. Что выступает источником дохода в смешанной бизнес-модели медиапредприятия?

- а) финансируется из государственных и муниципальных бюджетов
- б) существует за счет абонентской платы
- в) основные источники дохода – реклама и продажа контента
- г) интегрирует все перечисленные выше способы финансирования

Ответ: г.

Вопрос 13. Какие страны используют или использовали ярко выраженную государственную бизнес-модель в предприятиях телевидения?

- а) США
- б) Китай
- в) Россия
- г) Германия
- д) Англия
- е) СССР
- ж) Казахстан

Ответ: б,е.

Вопрос 14. Нематериальные активы, являющиеся продуктами медиатворческой деятельности и имеющие непосредственное отношение к духовным ценностям – это?

- а) медиаактивы
- б) немедийные активы
- в) цифровые активы

Ответ: а.

Вопрос 15. Что из перечисленного ниже является медийным активом?

- а) медиапродукт
- б) медиаканал
- в) бренд
- г) репутация
- д) медийная персона
- е) офис медиапредприятия

Ответ: а,б,в,г,д.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;

«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Дайте определение понятию «медиаиндустрия».

Ответ: Часть креативной индустрии, сектор экономики, направленный на удовлетворение как запросов (информационного, аналитического, развлекательного) аудитории разного типа, так и запроса рекламодателей на доступ к аудитории.

Вопрос 2. Дайте определение понятию «медиаэкономика»

Ответ: Ряд экономической науки, который занимается изучением СМИ как отдельной отрасли рыночного хозяйства, а также условий и элементов медиапроизводства.

Вопрос 3. Какой медиаисследователь впервые вводит концепцию «товара» применительно к медиааудитории?

Ответ: Д. Смайт.

Вопрос 4. Какие типы рыночных структур присутствуют на медиарынке?

Ответ: совершенная конкуренция, монополистическая конкуренция, зонтичная конкуренция, олигополия, монополия.

Вопрос 5. Какой тип конкуренции предполагает наличие монополий или олигополий на верхнем уровне и присутствие конкуренции на более низких уровнях – региональном, городском, районе и др.?

Ответ: зонтичная конкуренция.

Вопрос 6. Перечислите основные сегменты медиарынка.

Ответ: Для медиарынка характерно выделение рыночных сегментов (секторов), связанных с теми или иными каналами распространения информации или медианосителями: газетный и журнальный рынок (традиционные медиа), рынок радио и ТВ (электронные медиа) и рынок новых медиа, к которым относят спутниковое и кабельное платное ТВ, IPTV, мобильное телевидение, разного рода интернет-коммуникации, геминг и т.д.

Вопрос 7. Монополистическая конкуренция - это ...?

Ответ: конкурирующие производители предлагают однотипные товары для различных категорий потребителей при ограниченном разнообразии самих товаров, характеризует рынок FM-радио, некоторые секторы журнальной индустрии.

Вопрос 8. Дайте определение бизнес-модели медиапредприятия.

Ответ: инструмент, способный отразить логику основных процессов, происходящих как внутри организации (конфигурации ее основных процессов, формирования ее архитектуры), так и вне ее.

Вопрос 9. Что выступает источником дохода в государственной бизнес-модели медиапредприятия?

Ответ: финансируется из государственных и муниципальных бюджетов.

Вопрос 10. Что выступает источником дохода в коммерческой бизнес-модели медиапредприятия?
Ответ: основные источники дохода – реклама и продажа контента.

Вопрос 11. Что выступает источником дохода в общественной бизнес-модели медиапредприятия?
Ответ: существует за счет абонентской платы

Вопрос 12. Что выступает источником дохода в смешанной бизнес-модели медиапредприятия?
Ответ: финансируется из государственных и муниципальных бюджетов, абонентской платы, рекламы и продажи контента.

Вопрос 13. Какие типы бизнес-моделей медиапредприятий предложил В.Л. Иваницкий?
Ответ: В.Л. Иваницкий предлагает следующую типологизацию бизнес-моделей СМИ: уважаемая, агрессивная, интуитивная и корпоративная..

Вопрос 14. Нематериальные активы, являющиеся продуктами медиатворческой деятельности и имеющие непосредственное отношение к духовным ценностям – это?
Ответ: медиаактивы.

Вопрос 15. Какие бизнес-модели новых медиа предложила Е.Л. Вартанова?
Ответ: видеотекст, платный Интернет, бесплатные Web-услуги, рекламный Интернет, общие и индивидуальные порталы, многоцелевые порталы.

Вопрос 16. В чем сущность бизнес-модели «бесплатные Web-услуги»?
Ответ: WWW(World Wide Web), Всемирная паутина, и связанные с ней браузеры и программное обеспечение облегчили доступ к Интернету. Своим появлением Всемирная паутина обязана европейскому научному сообществу, которое сделало значительные вложения в улучшение качества доставки и увеличение объема материала в Интернете. В результате в Интернете появились новые типы содержания, а коммерческие фирмы стали продвигать свои материалы бесплатно, насыщая содержание Интернета полукommerческими, полуинформационными данными. Традиционные СМИ попытались адаптироваться к новым условиям: к жизни была возвращена старая модель видеотекста, основанная на вторичном использовании материалов, однако она была дополнена новыми возможностями по передаче графической информации. В результате бесплатность услуг создала популярность у аудитории, однако у провайдеров содержания начались коммерческие трудности.

Вопрос 17. В чем сущность бизнес-модели «многоцелевые порталы»?
Ответ: . За данной бизнес-моделью, несомненно, большое будущее. Многоцелевые цифровые порталы получают широкое распространение в связи с увеличением емкости линий связи. По сути в этой бизнес-модели реализуется комбинация существующих общих или индивидуальных порталов с более продвинутыми порталами, предлагающими потоковые видео и аудио. Новые предложения порталов значительно шире, чем существующие: в будущем возможен просмотр телеканалов всего мира, услуги почасовой оплаты получаемого контента, невещательные каналы, поиск в видеоархивах, разнообразные мультимедийные материалы, чаты, выбор языка программ. Прибыльность данной бизнес-модели будет обеспечиваться за счет рекламы и индивидуальных подписок, плат по расценкам. Уже сегодня многие еще неприбыльные порталы стремятся создать сильные бренды для будущей капитализации.

Вопрос 18. Перечислите основные медиаактивы предприятий.
Ответ: гудвил, медиапродукт, медиаканал, медиаперсона (может быть как топ-менеджер, так и сотрудник, например, ведущий блога). К нестандартным медиаактивам также относятся архив, клиентская база, референтная база, права на формат, на events (проведение фестивалей, конкурсов).

Вопрос 19. Какие новые бизнес-модели новых медиа предлагает А. Касьяненко?
Ответ: фрагментированный контент, Pay Per Use, книжные клубы, Open Access, подписка, донаты, Peer2Peer, Self-Publishing.

Вопрос 20. Раскройте сущность бизнес-модели «фрагментированный контент»
Ответ: В основе этой модели лежит идея, впервые предложенная Apple для продажи музыки пофайлово в iTunes. Это позволяет не переплачивать за ненужный контент (например, когда нужна только одна песня с целого диска). В книжной индустрии лидером в этой области является проект SliceBooks, способный продавать книги по главам в процессе их создания, а также резать готовые книги и журналы на фрагменты и продавать их частями. Самый низкий абонентский тариф за использование платформы составляет всего девять долларов. Такой подход позволяет не только снизить порог покупки, но и продавать книги за обычные деньги и за внимание. Например, первая глава — бесплатно, вторая — за е-

mail, третья — за публикацию в соцсети и т.д.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов.

Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен.

Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ

ПК-3: Способен проводить оценку эффективности проектов в медиасфере

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Управление деятельностью медиапредприятия с минимальными издержками и максимальными результатами называют

- а) Эффективность медиаменеджмента
- б) Управление рисками
- в) Прогнозирование

Ответ: а.

Вопрос 2. Какие факторы могут препятствовать медиапредприятию выйти на медиарынок?

- а) неразвитость спроса
- б) низкая платежеспособность медиапотребителей
- в) политика протекционизма по отношению к избранным бизнес-структурам

Ответ: а,б,в.

Вопрос 3. Что помогает оценить бизнес-модель Остервальдера ?

- а) позволяет целостно описать и проанализировать всю систему взаимосвязанных бизнес-процессов как новых, так и давно существующих на рынке медиапредприятий.
- б) Позволяет оценить количество проданных товаров и услуг ежемесячно.
- в) Позволяет оценить коэффициент валовой и чистой прибыли.

Ответ: а.

Вопрос 4. Компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели – это?

- а) пилотный выпуск
- б) прототип
- в) стартап
- г) медиапредприятие

Ответ: в.

Вопрос 5. Как расшифровывается аббревиатура MVP?

- а) медиастартап
- б) жизненный цикл медиапродукта
- в) минимальный жизнеспособный продукт

Ответ: в.

Вопрос 6. Какие из перечисленных ниже методов можно отнести к методам оценки эффективности стартапов?

- а) Метод венчурного капитала
- б) СВОТ-анализ
- в) Метод скоринга

Ответ: а,б,в.

Вопрос 7. Стратегия, которая подразумевает создание с нуля новых рыночных сфер и отраслей, а не конкуренцию на существующем рынке с помощью дифференциации называется...

- а) Стратегия голубого океана
- б) Стратегия доминирования на рынке

в) Стратегия дифференциации медиапродуктов

Ответ: а.

Вопрос 8. Аналитический инструмент, способный отразить логику основных процессов, происходящих как внутри организации (конфигурации ее основных процессов, формирования ее архитектуры), так и вне ее – это?

- а) Бизнес-модель
- б) Аудит медиакомпании
- в) Учредительный документ

Ответ: а.

Вопрос 9. Программный (стратегический) документ, описывающий последовательную реализацию действий компании по построению бизнеса, включающая описание продукта, 25 процесс производства/предоставления услуг, рыночных и финансовых показателей, маркетинговых мероприятиях – это?

- а) медиаплан
- б) бизнес-план
- в) бизнес-стратегия
- г) бизнес-модель

Ответ: б.

Вопрос 10. Сущность бизнес-модели Lean Canvas Э. Маурья заключается в том, чтобы оценить бизнес-модель на основе

- а) обратной связи от клиентов
- б) сильных и слабых сторон медиапродукта
- в) жизненного цикла продукта

Ответ: в.

Вопрос 11. Сколько блоков включает бизнес-модель по А. Остервальдеру?

- а) 4
- б) 9
- в) 6
- г) 11

Ответ: б.

Вопрос 12. Какие этапы включает в себя процесс построения бизнес-модели?

- а) Генерация бизнес-идеи
- б) Создание бизнес-модели
- в) Формализация бизнес-модели
- г) Публикация бизнес-модели

Ответ: а,б,в.

Вопрос 13. Назовите основные подходы к созданию бизнес-модели?

- а) каскадный
- б) итеративный
- в) открытый
- г) смешанный

Ответ: а, б.

Вопрос 14. Что помогает оценить блок «Ценностное предложение» в концепции бизнес-моделирования Остервальдера?

- а) определенные преимущества (решение проблемы), которые получают клиенты, воспользовавшись разрабатываемым медиапродуктом
- б) способы доставки (предоставления) ценностного предложения потребительским сегментам
- в) набор бизнес-партнеров, которые обеспечивают функционирование бизнес-модели

Ответ: а.

Вопрос 15. Что помогает оценить блок «Каналы сбыта» в концепции бизнес-моделирования Остервальдера?

- а) определенные преимущества (решение проблемы), которые получают клиенты, воспользовавшись разрабатываемым медиапродуктом

б) способы доставки (предоставления) ценностного предложения потребительским сегментам
в) набор бизнес-партнеров, которые обеспечивают функционирование бизнес-модели
Ответ: б.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

«отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;
«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Эффективность медиаменеджмента – это..

Ответ: Управление деятельностью медиапредприятия с минимальными издержками и максимальными результатами.

Вопрос 2. Что является критерием эффективности медиаменеджмента?

Ответ: Критерием эффективности медиаменеджмента компании считается наиболее полное удовлетворение запросов медиапотребителя при высоком качестве медиапродукта и рациональности использовании всех видов ресурсов.

Вопрос 3. Какие факторы могут препятствовать медиапредприятию выйти на медиарынок?

Ответ: Препятствовать входу на рынок могут факторы объективного характера (неразвитость спроса, слабая транспортная и информационная инфраструктура, низкая платежеспособность населения данного региона и т.п.). Препятствуют входу также административные барьеры (политика протекционизма по отношению к избранным бизнес-структурам, принудительная сертификация оборудования и/или продукции, принуждение к участию фирм в социальных программах, всевозможные ограничения на ввоз или вывоз ресурсов и т.д.).

Вопрос 4. В чем заключается ключевая сложность в признании медиаактивов?

Ответ: С точки зрения признания таких активов основная сложность заключается в необходимости идентифицировать подобные активы и оценить их стоимость.

Вопрос 5. Каковы критерии грамотного управления нематериальными активами?

Ответ: 1. Нематериальный актив должен быть отделен от других активов компании. Под этим подразумевается, что его можно продать, обменять, сдать в аренду без потери экономических выгод, генерируемых другим имуществом. 2. В большинстве случаев возможность контролировать актив предполагает существование юридических прав на его использование. Именно по критерию контроля можно отличить нематериальные активы от нематериальных ресурсов. 3. Будущие экономические выгоды. Нематериальный актив может быть отражен в отчетности компании, если его использование позволит в будущем получить дополнительную прибыль, снизить расходы, увеличить объем продаж и т. д. Важно отметить, что возможность получения предприятием подобных экономических выгод определяется на основании профессионального суждения, подкрепленного соответствующим обоснованием.

Вопрос 6. Из каких блоков состоит бизнес-модель Остервальдера?

Ответ: потребительские сегменты, ценностные предложения, каналы сбыта, отношения с клиентами, потоки доходов, ключевые ресурсы, ключевые виды деятельности, ключевые партнеры, структура издержек.

Вопрос 7. Что помогает оценить бизнес-модель Остервальдера ?

Ответ: позволяет целостно описать и проанализировать всю систему взаимосвязанных бизнес-процессов как новых, так и давно существующих на рынке медиапредприятий..

Вопрос 8. Дайте определение стартапу.

Ответ: компания, созданная для поиска воспроизводимой и масштабируемой бизнес-модели.

Вопрос 9. Как расшифровывается аббревиатура MVP?

Ответ: минимальный жизнеспособный продукт.

Вопрос 10. В чем заключается основная задача MVP?

Ответ: Основная задача MVP – это получение обратной связи для дальнейшей доработки уже существующих и внедрения новых функций медиапродукта.

Вопрос 11. Перечислите известные вам методы оценки эффективности стартапов?

Ответ: Метод Беркуса, метод суммирования факторов риска, метод скоринга, метод сравнимых операций, метод балансовой стоимости, метод ликвидационной стоимости, метод дисконтированных денежных потоков, первый чикагский метод, метод венчурного капитала.

Вопрос 12. В чем сущность стратегии голубого океана?

Ответ: Стратегия, которая подразумевает создание с нуля новых рыночных сфер и отраслей, а не конкуренцию на существующем рынке с помощью дифференциации.

Вопрос 13. Что такое бизнес-план?

Ответ: программный (стратегический) документ, описывающий последовательную реализацию действий компании по построению бизнеса, включающая описание продукта, 25 процесс производства/предоставления услуг, рыночных и финансовых показателей, маркетинговых мероприятиях.

Вопрос 14. В чем ключевая сущность бизнес-модели Lean Canvas Э. Маурья?

Ответ: Сущность бизнес-модели Lean Canvas Э. Маурья заключается в том, чтобы оценить бизнес-модель на основе обратной связи от клиентов

Вопрос 15. Формализация бизнес-модели – это?

Ответ: процесс структурирования созданной бизнес-модели на основе определенного шаблона.

Вопрос 16. Какие этапы включает в себя процесс построения бизнес-модели?

Ответ: 1. Генерация бизнес-идеи; 2. Создание бизнес-модели; 3. Формализация бизнес-модели; 4. При необходимости разработки бизнес-плана - преобразование бизнес-модели в бизнес-план.

Вопрос 17. Назовите основные подходы к созданию бизнес-модели?

Ответ: . каскадный и итеративный.

Вопрос 18. В чем особенность каскадного подхода к созданию бизнес-модели?

Ответ: Каскадный подход – модель, при которой процесс разработки продукта осуществляется поэтапно. При этом возврат на предыдущий этап не предусмотрен. Перечислим этапы каскадного подхода: генерирование идеи; выбор идеи; разработка концепции; проверка концепции; разработка маркетинговой стратегии; бизнес-анализ; разработка продукта; рыночное тестирование.

Вопрос 19. В чем особенность итеративного подхода к созданию бизнес-модели?

Ответ: Итеративный подход предполагает совершение нескольких проходов (итераций) в создании бизнес-модели при непрерывном анализе полученных результатов. Такой подход намного более гибкий в сравнении с каскадным. Очень важным компонентом становится непрерывная обратная связь от клиента. Работы на этапах и анализ выполняются параллельно, при необходимости происходит корректировка предыдущих действий. В случае, если стартап понимает, что бизнес-модель не работает при данных условиях, команда может совершить т.н. «вираж» (pivot) и вести разработку продукта для других целевых аудиторий или с другим ценностным предложением

Вопрос 20. В чем заключается особенность лицензионной бизнес-модели?

Ответ: медиакомпания получает доход от интеллектуальной собственности, не проводя их коммерциализацию собственными силами

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочетов.

Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен.

Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета с оценкой по всему изученному курсу. Зачет с оценкой проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса теоретического характера и 1 практическое задание.

ВОПРОСЫ ТЕОРЕТИЧЕСКОГО ХАРАКТЕРА

1. Медиаиндустрия как часть креативной индустрии: характеристика, особенности, современные тенденции.
2. Структура современного медиарынка: основные сегменты, типы рыночных структур, перспективы развития и угрозы.
3. Бизнес-модель: понятие, структура.
4. Принципы и методы построения бизнес-моделей.
5. Современные подходы к созданию бизнес-модели медиапредприятия.
6. Бизнес-модели традиционных СМИ в медиаиндустрии.
7. Бизнес-модели новых медиа СМИ в медиаиндустрии.
8. Классификация бизнес-моделей Е.Л. Варгановой.
9. Классификация бизнес-моделей В.Л. Иваницкого.
10. Классификация бизнес-моделей А. Касьяненко.
11. Эффективные методы бизнес-моделирования.
12. Стартап: понятие, особенности, методы оценки.
13. Бизнес-модель Остервальдера и ее применение в медиаиндустрии.
14. Бизнес-модель Lean Canvas Э. Маурья и ее применение в медиаиндустрии.
15. Понятия «активы» и «пассивы» компании.
16. Материальные и нематериальные активы медиапредприятия.
17. Стандартные и специфические нематериальные активы медиаорганизаций.
18. Понятие «медиаактивы» и «медиапассивы».
19. Медиаактивы как объект управления.
20. Бизнес-план: структура и основное содержание разделов.
21. Понятие риска в управлении медиакомпанией, типология рисков.
22. Управление рисками: защита медиаактивов от рыночных и нерыночных рисков.

ТИПОВОЕ ПРАКТИЧЕСКОЕ ЗАДАНИЕ

Опишите бизнес-модель регионального медиа на выбор по концепции оценки бизнес-модели Остервальдера.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично»: студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, 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.

«Хорошо»: студентом 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 допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно»: студентом 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 решении практических заданий.

«Неудовлетворительно»: студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы.

Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Купцова, Е. В.	Бизнес-планирование: учебник и практикум для вузов	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511225
Л1.2	Зельдович, Б. З.	Медиаменеджмент:	, 2020	https://www.biblio-online.ru/bcode/457060
Л1.3	Т. Г. Касьяненко, Г. А. Маховикова	Анализ и оценка рисков в бизнесе : учебник и практикум для вузов	Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/489052
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Сергеев, А. А.	Бизнес-планирование : учебник и практикум для вузов	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/506814
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Курс "Бизнес-моделирование в медиа"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10756	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<ol style="list-style-type: none"> 1. Официальный сайт Федерального Агентства по печати и массовым коммуникациям www.fapmc.ru 2. Сайт «Медиа-атлас» www.mediatlas.ru 3. Сайт www.sostav.ru (новости маркетинга, рекламы, PR) 4. Сайт Гильдии издателей периодической печати www.gipp.ru 5. Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) 				

6. «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 7. Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 8. Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 10. Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
410Д	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс кафедры теории и практики журналистики - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 24 посадочных места; рабочее место преподавателя; доска пластиковая - 1 шт.; компьютеры: марка Intel Core модель i3-2120 3,3 ГГц/DDR3 2 ГБ/500 ГБ/DVD RW/22» - 11 единиц; монитор: марка samsung модель 943Т - 1 единица; мониторы: BenQ G950A/KM/ - 10 шт.; бесперебойник: UPS IPPon Black Power Pro 500 - 12 шт.; телевизор: LCD 46" Samsung LE-46S81B
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом с оценкой. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов,

написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Коллоквиум представляет собой коллективное обсуждение раздела дисциплины на основе самостоятельного изучения этого раздела студентами. Подготовка к данному виду учебных занятий осуществляется в следующем порядке. Преподаватель дает список вопросов и заданий, ответы на которые следует получить при изучении определенного перечня научных источников. Студентам во внеаудиторное время необходимо прочитать специальную литературу, подготовить ответы на вопросы, которые будут обсуждаться на коллоквиуме, письменно или устно сформулировать свое мнение по каждому из вопросов, которое они выскажут на занятии.

Контрольная работа назначается после изучения определенного раздела (разделов) дисциплины и представляет собой совокупность развернутых письменных ответов студентов на вопросы, которые они заранее получают от преподавателя. Самостоятельная подготовка к контрольной работе включает в себя: изучение конспектов лекций, раскрывающих материал, знание которого проверяется контрольной работой; повторение учебного материала, полученного при подготовке к практическим занятиям и во время их проведения; изучение дополнительной литературы, в которой конкретизируется содержание проверяемых знаний; составление в письменной форме ответов на поставленные в контрольной работе вопросы; формирование психологической установки на успешное выполнение всех заданий.

Зачет с оценкой. Подготовка к нему ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Медиааналитика рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 2, 3
аудиторные занятия	64	
самостоятельная работа	152	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		2 (3)		Итого	
	Неделя 15		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14	28	28
Практические	18	18	18	18	36	36
Сам. работа	112	112	40	40	152	152
Итого	144	144	72	72	216	216

Программу составил(и):
к.социол.наук, Доцент, Василенко И.А.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай , Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Медиааналитика

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Цель освоения учебной дисциплины - ознакомить студентов с анализом процесса кодировки и интерпретации рекламного сообщения, способов передачи того или иного содержания, а также исследованием сообщения через категории, ценности, потребности, к которым отсылает эта реклама, анализом и статистикой рекламы и аудитории. Медианалитика как дисциплина наиболее востребована в качестве исследования медиаполя компаний, брендов, продуктов, ведомств, НКО и персоналий. Основные цели таких проектов — формирование, оценка или корректировка стратегии продвижения и коммуникационной политики, оценка имиджевых угроз.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-7	Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности
ОПК-7.1	Знает закономерности формирования эффектов и последствий профессиональной деятельности, концепции ее социальной ответственности
ОПК-7.2	Оценивает корректность творческих приемов при сборе, обработке и распространении информации в соответствии с общепринятыми стандартами в медиаотрасли
ОПК-7.3	
ПК-4	Способен разработать и управлять стратегией продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"
ПК-4.1	Знает стандарты, технические условия и другие нормативные документы в области электронных изданий
ПК-4.2	Умеет определять этапы, составлять график реализации медиапроекта и (или) производства медиапродукта
ПК-4.3	Владеет навыками отбора и внедрения в процесс медиапроизводства современных технических средств и информационно-коммуникационные технологии

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	теоретико-методологические основы медианалитики; содержание основных этапов медиааналитического исследования; параметры, метрики и показатели эффективности (KPI), используемые для оценки коммуникаций;
3.2.	Уметь:
3.2.1.	применять понятийный аппарат медианалитики при исследовании коммуникационных программ и мероприятий; оценивать качество сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля; использовать информационные технологии для разработки отчетности перед руководством / рапорта о проделанном анализе медиа.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками использования информационных технологий для анализа потребностей и тенденций рынка (по данным СМИ и социальных медиа); навыками определения ключевых СМИ, лояльных и нелояльных журналистов, а также основных экспертов и спикеров;

	навыками формирования комплексной информационной политики любой компании или публичной персоны.
--	---

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Теоретико-методологические основания аналитической деятельности.						
1.1.	Основные задачи и возможности медиааналитики.	Лекции	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.2.	Основные задачи и возможности медиааналитики.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.3.	Основные задачи и возможности медиааналитики.	Сам. работа	2	6	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.4.	Медиаизмерения и оценка PR-компаний.	Лекции	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.5.	Медиаизмерения и оценка PR-компаний.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.6.	Медиаизмерения и оценка PR-компаний.	Сам. работа	2	6	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.7.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Лекции	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.8.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
1.9.	Этапы и результаты медиааналитического исследования.	Сам. работа	2	11	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
Раздел 2. Концептуальные основы медианализа						
2.1.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикации.	Лекции	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.2.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикации.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.3.	Наиболее часто используемые простые параметры исследования публикации.	Сам. работа	2	12	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.4.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Лекции	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.5.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Практические	2	4	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.6.	Метрики, служащие анализу СМИ.	Сам. работа	2	12	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.7.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Лекции	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.8.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.9.	Интегральные метрики оценки СМИ.	Сам. работа	2	21	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.10.	Метрики для анализа социальных медиа.	Лекции	2	1	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.11.	Метрики для анализа социальных медиа.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.12.	Метрики для анализа социальных медиа.	Сам. работа	2	22	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.13.	Метрики для анализа социальных медиа.	Лекции	2	1	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.14.	Метрики для анализа социальных медиа.	Практические	2	2	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
2.15.	Метрики для анализа социальных медиа.	Сам. работа	2	22	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
Раздел 3. Организационные основы медиаанализа.						
3.1.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Лекции	3	14	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.2.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Практические	3	18	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2
3.3.	Система KPI PR-специалиста: СМИ	Сам. работа	3	40	ОПК-7.1, ОПК-7.2, ОПК-7.3, ПК-4.1, ПК-4.2, ПК-4.3	Л1.1, Л1.2, Л1.3, Л1.4, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
<p>Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10847</p> <p>ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ПК-4: Способен разработать и управлять стратегией продвижения в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".</p> <p>ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА</p> <p>Вопрос 1. опросная техника, позволяющая установить количество людей, знающих об объектах исследования (компаниях, персонах, марках и т.п.) с подсказкой, когда опрашиваемый выбирает известное из предложенного списка. см. осведомленность, спонтанная известность</p> <p>а. знание с подсказкой б. вопрос с подсказкой в. опрос с подсказкой г. ответы-подсказки</p> <p>Ответ: а</p> <p>Вопрос 2. В.А.С.И.С.– это модель планирования исследования, с помощью которой можно определить, на каком этапе коммуникативного проекта находится исследуемый объект. Что является ее элементами?</p> <p>а. знание, интерес, информированность, действие, адвокация. б. незнание, поиск информации, знание, поддержание актуальности, адвокация в. формирование осведомленности, наличие продвинутых знаний, поддержание актуальности, стимул к действию, отстаивание позиции. г. незнание, осведомленность, адвокация, поддержание актуальности, стимул к действию</p> <p>Ответ: в</p> <p>Вопрос 3. Показатель воздействия вложений в PR-компанию – это...</p> <p>а. PR ROI б. CTR в. SMM</p>

г. KPI

Ответ: а

Вопрос 4. SM-конверсия - это

а. метрика, которая показывает количество полученных комментариев по сравнению с общим количеством постов

б. метрика, которая показывает количество полученных репостов по сравнению с общим количеством постов

в. метрика, которая показывает количество полученных лайков по сравнению с общим количеством постов

г. метрика, которая показывает количество полученных отзывов по сравнению с общим количеством постов.

Ответ:

Вопрос 5. На чем основывается Social Media Favourability Index - метрика, применяемая для анализа позиционирования объекта в блогосфере?

а. на оценке частоты высказываний авторов об объекте исследования

б. на оценке тональности высказываний пользователей об объекте исследования

в. на оценке лояльности пользователей относительно объекта исследования

г. на оценке UGC-контента

Ответ: б

Вопрос 6. Title Popularity Ranking (TPR) - профессиональная методика ранжирования печатных изданий.

Она основывается на анализе популярности медиа среди кого?

а. журналистов

б. стейкхолдеров

в. читателей

г. рекламодателей

Ответ: а,в,г.

Вопрос 6. На основе чего рассчитывается Title Popularity Ranking (TPR)?

а. охвата целевой аудитории, стоимости полосы рекламного пространства, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.

б. аудиторного охвата, стоимости полосы рекламного пространства, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.

в. аудиторного охвата, стоимости одного выхода, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.

г. аудиторного охвата, CTR, цитируемости изданий в других СМИ, цитируемости изданий в социальных медиа.

Ответ: б

Вопрос 7. Вирусный контент – это

а. контент соответствующий запросу пользователя

б. полезный для пользователя контент

в. бесполезный контент

г. быстрораспространяющийся контент

Ответ: г

Вопрос 8. По каким признакам происходит агрегирование в медиааналитике?

а. по признакам тематической, целевой или эмоциональной направленности

б. по признакам вирусности, охвата или эмоциональной направленности

в. по признакам релевантности, тональности или эмоциональной направленности

г. по признакам тематической, аудиторного охвата или эмоциональной направленности

Ответ: б

Вопрос 9. Анализ внешней среды в медиааналитике – это изучение...

а. целевой аудитории, стейкхолдеров

б. профессиональные, отраслевые или правительственные издания

в. медиапредпочтений

г. структуры медиарынка

Ответ: б

Вопрос 10. Анализ фреймов – это..

а. исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в медиатекстах.

б. направление исследований сообщений СМИ и Новых Медиа, позволяющее выявить, описать и изучить устойчивые смысловые структуры

в. воссоздание образа, содержания и внутренней структуры объекта (системы, процесса, явления)

г. процедура, направленная на получение некоторого упрощенного описания

Ответ: б

Вопрос 11. Аналитическая реконструкция – это..

- а. воссоздание образа, содержания и внутренней структуры объекта
- б. исследовательская стратегия, ориентированная на выявление, фиксацию и изучение смысловых различий в медиатекстах.
- в. строго определенная последовательность (или описание последовательности) выполнения операций над некими сущностями, приводящих к заданному результату.
- г. совокупность принципов методологического, организационного и технологического обеспечения мыслительной деятельности,

Ответ: а

Вопрос 12. Направление изучения медиатекстов, получившее широкое распространение в рамках социолингвистической парадигмы исследований контента СМИ – это..

- а. дискурс-анализ
- б. дискурс новых медиа
- в. диссипация
- г. бифуркация

Ответ: а

Вопрос 13. Процедура поиска и сравнения различных форм речевой практики в Новых медиа, построенной по стандартам традиционных, национально определяемых правил общения, не позволяющих пользователям выйти за пределы системы регулятивной организации речи –это..

- а. дискурс-анализ
- б. жанровый анализ
- в. извлечение знаний
- г. инноватика

Ответ: б

Вопрос 14. Стратегия интерпретации сообщений Новых медиа, которая подразумевает, что текст взаимодействует с другими текстами и это отражается в его содержании и форме.

- а. интертекстуальный анализ
- б. интеркодирование
- в. извлечение знаний
- г. дискурс-анализ

Ответ: б

Вопрос 15. Заработанный охват – это...

- а. рекламирование или информационное освещение, осуществляемые в силу событийной ценности или актуальности информации и/или влиятельности редакционной статьи.
- б. инфоповод, вызывающий бурную реакцию аудитории
- в. виральный контент

Ответ: а

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Перечислите возможные задачи медиааналитики.

Ответ: Оценка степени заинтересованности СМИ и социальных медиа в деятельности компании, качества сложившегося вокруг компании или бренда информационного поля, сравнительный анализ качества медиаполя целевой компании с конкурентами, оценка медийной активности представителей компании, оценка эффективности разовых PR-мероприятий, оценка эффективности PR-деятельности в СМИ и соцмедиа на регулярной основе (по ключевым показателям эффективности). Это касается как эффективности пресс-службы в целом, так и ее различных подразделений или отдельных сотрудников, оценка репутации и имиджа компании или бренда по данным СМИ и социальных медиа.

Вопрос 2. Назовите системы автоматизированного медиаанализа.

Ответ: Медиалогия, BrandAnalytics, Scan Интерфакс, крибрум, ПрессИндекс, IQBuzz, Интегрум, DataLocator? Angry-analytics.

Вопрос 3. Что означают PR-последствия?

Ответ: Это изменение в осведомленности, знаниях, отношениях, поведении и мнениях, являющееся результатом реализации долгосрочного плана PR-действий или PR-кампании; – результат, следствие или влияние набора или целой программы PR-действий или продуктов; может быть краткосрочным и долгосрочным; зависимая переменная в исследовании.

Вопрос 4. Как работает механизм определения тональности в системах медиаанализа?

Ответ: тональность высказывания определяется тремя компонентами: субъектом тональности (кто высказал оценку), объектом тональности (о ком или о чём высказана оценка) и собственно тональной оценкой (как оценили). Существует два основных метода решения этой задачи автоматического определения тональности:

- Статистический метод. Для него нужны заранее размеченные по тональности коллекции (корпуса) текстов, на которых происходит обучение модели, с помощью которой и происходит определение

тональности текста или фразы.

• Метод, основанный на словарях и правилах. Для этого заранее составляются словари позитивных и негативных слов и выражений. Этот метод может использовать как списки шаблонов, так и правила соединения тональной лексики внутри предложения, основанные на грамматическом и синтаксическом разборе.

Вопрос 5. Что предусматривает концепция больших данных, предложенная Клиффордом Линчем?

Ответ: Данная концепция предполагает одновременное использование данных не только большого объема, но также разного формата, происходящих из многих источников, которые могут находиться на удалении друг от друга.

Вопрос 6. Опишите, что базовые составляющие новые медиа, отличия от традиционных и приведите три примера.

Ответ: Новые СМИ имеют три базовые составляющие: цифровой формат, интерактивность и мультимедийность. Ряд исследователей не признает за данными ресурсами право называться СМИ. Свой отказ признавать социальные медиа средствами массовой информации в традиционном смысле он аргументирует тем, что все традиционные СМИ имеют своей целью донесение до общественности социально важной информации. «Новые медиа», в свою очередь, являются лишь платформой для коммуникации между людьми. Из этого следует, что традиционные СМИ на первое место ставят информацию, то есть содержание, а в рамках социальных медиа главенствует общение, в то время как содержание сообщений отходит на второй план.

Вопрос 7. Опишите элементы информационного пространства.

Ответ: Информационное пространство — совокупность информационных ресурсов, методов и средств доступа к ним, методов, технологий и средств преобразования, обработки и представления информации в виде, наиболее соответствующем потребностям пользователей.

Вопрос 8. Расшифруйте смысл концепции SMART и формулируйте цель PR-на основе концепции.

Ответ: SMART — это метод постановки целей. Он позволяет сформулировать реалистичную и измеримую цель, определить сроки и необходимые ресурсы для ее достижения. Критерии SMART SMART-цель должна быть:

- S — Specific — конкретной;
- M — Measurable — измеримой;
- A — Achievable — достижимой;
- R — Relevant — значимой;
- T — Time bound — ограниченной во времени.

Пример цели – увеличит на 10% количество UGC-контента положительной направленности.

Вопрос 9. Что значит key point PR-кампании?

Ответ: Ключевая точка (Key Point) - фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.

Вопрос 10. Коммуникационный аудит – это ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями. Какие способы и методы используются для его проведения?

Ответ: Определение характера этих аудиторий, выявление коммуникационных программ и их коммуникационных продуктов, применимых к каждой аудитории, определение эффективности этих программ и их продуктов и выявление недочетов в общей коммуникационной программе. Используют общепринятые методы и техники медиаисследований: анализ вторичной информации, мониторинг, контент-анализ.

Вопрос 11. Опишите, как понимаете суть контент-анализа.

Ответ: Это исследовательская методика (и инструмент оценки), которая позволяет планомерно отслеживать сообщения (письменные, устные, транслируемые) и переводить их в количественную форму посредством систематизации сообщений по категориям с помощью четких единиц анализа; – процесс разделения содержания сообщений на определенные компоненты или категории для того, чтобы сформировать суждение, которое можно оценить.

Вопрос 12. В чем суть коэффициента приближения к идеалу в PR?

Ответ: Это комплексная модель оценки соответствия выходов PR-кампаний определенным целям и поставленным задачам. Характеризуется гибкой системой коэффициентов, определяемых на основе измерения значимых для конкретного исследования параметров, а также масштабируемостью результатов на различные аспекты PR-активности. Показатель PRt может быть рассчитан как для одной публикации, так и для массива сообщений.

Вопрос 13. В чем заключается смысл методики краудсорсинга? Какие преимущества использования для компании и для аудитории?

Ответ: Ресурсосберегающая методика работы компании, предусматривающая привлечение широкой аудитории для решения креативных, исследовательских и иных задач. Концепция предполагает, что желание потребителей бесплатно или за небольшую цену поделиться своими идеями с компанией происходит исключительно из интереса увидеть эти идеи воплощенными в производстве. Другим мотивирующим фактором может быть потенциальная возможность трудоустройства для авторов

наиболее успешных решений.

Вопрос 14. Расшифруйте термин «медиа» в узком и широком смысле.

Ответ: Это средства распространения информации. Как правило, употребляется в узком значении, идентичном термину «масс-медиа» или «СМИ». В широком понимании медиа, помимо СМИ, включают все инструменты и каналы, используемые обществом для коммуникации: социальные медиа, книги, аудио, видео и др.

Вопрос 15. Что значит медиаохват? Приведите примеры для разных каналов коммуникации.

Ответ: Это рассчитываемый показатель, эквивалентный максимально возможному количеству потенциальных контактов для одного или совокупности сообщений/публикаций с аудиторией.

Применительно к традиционным СМИ рассчитывается по тиражу изданий, причем в случае выхода двух статей в одном и том же номере наиболее распространенным вариантом расчета является - не удваивать МО. Для электронных СМИ, как правило, учитывается среднее число посетителей сайта за неделю.

Данные о количестве посещений сайта приводятся в рейтингах Mail.ru, Rambler, LiveInternet и т.д. В случае отсутствия данных о количестве уникальных посетителей за неделю, оценочный расчет показателя производится на основе количества уникальных посещений за день. В редких случаях данные по посещаемости приводятся в исследованиях профильных компаний. МО для эфирных СМИ рассчитывается исходя из средней аудитории теле- и радиотрансляции, что соответствует охвату телеканала/радиоволны. Данные об охвате аудитории приводятся в исследованиях профильных компаний. В случае с анализом медиаохвата в блогосфере считается суммарное число подписчиков каждого блогера, которые разместили у себя информацию об изучаемом событии.

Вопрос 16. Чему равен показатель медиаприсутствия?

Ответ: Это индикатор информационного присутствия в СМИ. Абсолютный показатель, эквивалентный количеству сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.

Вопрос 17. Что такое медиашлейф и как его оценить?

Ответ: Это совокупность публикаций, затрагивающих определенную тему, вышедших после первого материала, посвященного этой теме. Оценивается в количестве и во времени.

Вопрос 18. Что такой нормативный прогноз?

Ответ: Это вероятностное, научно обоснованное суждение о возможных путях и сроках достижения заданного состояния медиаполя, процессов, субъектов. Задачи нормативного прогнозирования – выявить факторы, на которые субъект информационного поля может оказывать влияние с целью реализации наиболее благоприятных альтернатив или избежать наименее благоприятных исходов.

Вопрос 19. Что такое общественность и есть ли у нее отличия от целевой аудитории?

Ответ: Это группа людей, которые способны оказать влияние на организацию или испытывают на себе последствия организационных решений; группа людей, из которых для PR-кампании или программы выбирается объект с целью формирования мнений в отношении компании, продукта, определенного вопроса или лица.

Вопрос 20. Что можно определить с помощью показателя осведомленности?

Ответ: с помощью которого можно определить количество людей, которые слышали о бренде, клиенте, явлении и т.д. Осведомленность может быть спонтанной, когда индивид порождает знания без посторонней помощи (top-ofmind) или не спонтанной. см. «знание с подсказкой», спонтанная известность.

ОЦЕНКА СФОРМИРОВАННОСТИ КОМПЕТЕНЦИИ ОПК-7: Способен оценивать и прогнозировать возможные эффекты в медиасфере, следуя принципам социальной ответственности.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Из чего складывается индекс благосклонности медиа?

- это соотношение лояльных и нелояльных представителей СМИ
- это соотношение позитивных упоминаний негативных упоминаний.
- это соотношение лояльных и нелояльных представителей ЦА
- это соотношение лояльных и нелояльных стейкхолдеров

Ответ: б

Вопрос 2. Индекс медиаприсутствия – это...

- относительный показатель, характеризующий динамику позиционирования объекта исследования в СМИ во временной ретроспективе.
- Относительный показатель, отражающий долю сообщений с упоминанием объекта в общем массиве публикаций, принятом за базу.
- показатель в социальных медиа, измеряющий количество комментариев и постов посетителей сайта.
- показатель, отражающий деятельность лидеров мнения, выступающих в роли посредников. см. лидер мнений

Ответ: а

Вопрос 3. Индекс общения – это...

а. показатель, отражающий деятельность лидеров мнения, выступающих в роли посредников. см. лидер мнений

б. показатель в социальных медиа, измеряющий количество комментариев и постов посетителей сайта.

в. фиксируемый измеримый результат проводимой кампании.

г. процесс определения критериев/параметров для анализа базы публикаций и простановки значений этих параметров для каждой из совокупности публикаций.

Ответ: б

Вопрос 4. Индекс соответствия целевой аудитории – это...

а. относительный показатель, отражающий «профильность» выбранного носителя рекламной кампании по отношению к заданной целевой аудитории.

б. относительный показатель, отражающий какую долю занимают упоминания компании в потоке публикаций целевой аудитории.

в. показатель значимости объекта рекламирования для целевой аудитории.

г. качественная характеристика, которая отражает настроение аудитории.

Вопрос 5. Метод качественно-количественного изучения содержания сообщений с целью получения достоверной информации о социальной реальности – это...

а. концепт-анализ

б. контент-анализ

в. дискурс-анализ

г. интертекстуальный анализ

Ответ: б

Вопрос 6. Метод исследований текстов сообщений, где имена, понятия, образы выделяют в качестве одного из основных объектов исследований – это..

а. концепт-анализ

б. контент-анализ

в. дискурс-анализ

г. интертекстуальный анализ

Ответ: а

Вопрос 7. Совокупность правил, принципов и практических методов по формированию модели восприятия объекта (явления, события) через СМИ - это

а. информационная политика

б. коммуникационная политика

в. редакционная политика

Ответ: а

Вопрос 8. Информация, которая должна быть донесена до целевой аудитории, либо степень изменения в знаниях, которая должна быть достигнута по завершению PR-кампании -

а. цель коммуникационной политики

б. информационная цель

в. цель PR-компании

г. цель информационной политики

Ответ: б

Вопрос 9. Исследование, целью которого является глубокий анализ конкретных случаев и вопросов – это...

а. контент-анализ

б. качественное исследование

в. количественное исследование

г. кластерный анализ

Ответ: б

Вопрос 10. Относительный показатель, характеризующий качество коммуникации, сложившееся информационное поле вокруг субъекта коммуникации –это...

а. медиаполе

б. индекс участия

в. качество медиаполя

г. индекс цитирования

Ответ: в

Вопрос 11. Мониторинговый продукт, включающий подборку статей из СМИ по установленным формальным критериям (упоминаемость ключевых слов и др.) -

а. контент-анализ

б. пресс-клиппинг

в. кластерный анализ

г. дискурс-анализ

Ответ:б

Вопрос 12. Данные об эффективности PR-кампании, оцененной по заранее заданным критериям, таким как продажи, количество запросов, кликов, комментариев, посетителей - и т.п. – это...

а. Key Point

б. KPI

в. Key Message

г. Cross-post

Ответ: б

Вопрос 13. Основные идеи и понятия, лежащие в основе PR-кампании, которые должны получить одобрение и поддержку со стороны третьих лиц.

а. Key Point

б. KPI

в. Key Message

г. Cross-post

Вопрос 14. Определение чего позволяет определить, какую информацию целевая аудитория должна знать или в какой степени должны претерпеть изменения представления о бренде/услуге по завершении PR-кампании или программы?

а. коммуникационной задачи

б. коммуникационной цели

в. коммуникационной стратегии

г. коммуникационной тактики

Ответ: а

Вопрос 15. Ситуационный анализ, предполагающий полное и системное изучение эффективности PR-отношений организации с основными внешними и внутренними аудиториями - это

а. SWOT-анализ

б. коммуникационный аудит

в. seo-аудит

г. контент-анализ

Ответ: б

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. В чем суть оценочного исследования?

Ответ: форма исследования, при помощи которой относительная результативность PR-кампании или программы определяется посредством измерения ее последствий, в том числе когнитивных изменений (уровней узнаваемости, знания и/или понимания), аффективных изменений (отношения, мнений) и/или коннотативных изменений (моделей поведения) целевой аудитории или общественной группы. При измерении производится сравнение с заранее определенным набором целей, которые изначально задают желаемый уровень или степень предполагаемых изменений.

Вопрос 2. В чем особенность панельных исследований, и какие компании в России их проводят?

Ответ: Это наблюдение за одними и теми же лицами и объектами с неоднократным измерением результатов; – тип исследования, в котором группа лиц специально подбирается исследовательской компанией исходя из присущих им демографических характеристик с целью проведения по заказу клиентов неоднократных опросов, связанных с широким набором тем, за определенный период времени.

Вопрос 3. Опишите термин «поведенческая цель» и приведите пример для PR-компании.

Ответ: Это цель, которая определяет ожидаемый конечный результат PR-кампании или программы с точки зрения особенностей поведения. Показатель, поддающийся измерению, поскольку представляет собой желаемое поведение целевой аудитории (например, PR-последствия)

Вопрос 4. Что значит позиционирование в PR?

Ответ: Это показатель, объединяющий ряд характеристик публикации, которые оказывают определенное влияние на имидж бренда или компании: отбор фактов, вариант подачи информации, стилистика текста.

Оценивается по шкале «враждебное – фактологическое благоприятное». «Благоприятность» и «враждебность» определяются субъективно в зависимости от того, вызывает контекст, в котором упоминается объект, позитивные либо негативные эмоции в отношении объекта.

Вопрос 5. В чем особенность поискового исследования?

Ответ: Это форма исследования, нацеленная на установление базовых отношений, мнений и моделей поведения конкретной исследуемой совокупности или выборки либо фактов о ней. Обычно носит индуктивный характер и предполагает проведение многочисленных измерений совокупности, выборки или данных.

Вопрос 6. Что значит «показатель оптимального контента»?

Ответ: Это композитный показатель, вычисляемый путем соотношения числа желательных и нежелательных сообщений. Нужно определить характеристики «идеального сообщения» о компании или бренде в соцмедиа (например, позитивный эмоциональный тон, наличие ссылки на сайт компании, прямая цитата представителя компании и т.д.). Затем нужно определить характеристики противоположной публикации, наиболее нежелательной. После этого каждый пост и комментарий с упоминанием компании оценивается в соответствии с установленными характеристиками по шкале от +1 до -1.

Вопрос 7. В чем особенность порядковых данных?

Ответ: Это данные, представляющие собой категории, отличающиеся друг от друга по названию и подлежащие ранжированию; взаимно исчерпывающие и взаимоисключающие, упорядоченные данные; категорийные данные (например, доход как категория: до 30 тыс., от 30 до 50 тыс. и т.п.)

Вопрос 8. Прогнозирование как вид исследования имеет свои особенности. Опишите их.

Ответ: Предметом такого исследования выступают перспективы развития явления. Прогнозирование не сводится к созданию определенной картины будущего, а предполагает учет вариантности развития явлений и оценку перспектив создания модели в соответствии с ожидаемым или желаемым.

Вопрос 9. Какие данные может включать в себя профиль пользователя?

Ответ: Может включать в себя как личные данные (биографические сведения, интересы, образование и т.д.), так и статистическую информацию (дата регистрации, число постов и комментариев и т.д.).

Вопрос 10. Как используется регрессия в PR-деятельности?

Ответ: Регрессия – это зависимость среднего значения одной величины от другой величины (парная регрессия) или от нескольких величин (множественная регрессия). Применяется как статистический метод предсказания PR-последствий на основе одной переменной PR-последствий (зависимой) и одного или нескольких прогностических параметров (независимых).

Вопрос 11. На основе каких показателей рассчитывается рейтинг лояльности журналистов?

Ответ: Рейтинг лояльности журналистов определенному бренду/компании учитывает сфокусированность на бренде, эмоциональный тон, жанр публикаций, спикерскую активность.

Вопрос 12. На основе каких показателей рассчитывается уровень лояльности СМИ?

Ответ: Рейтинг лояльности СМИ определенному бренду/компании учитывает количество и благоприятность высказываний о компании (бренде), а также уровень СМИ.

Вопрос 13. Что такое репрезентативность и какое она имеет значение для медиааналитики?

Ответ: Это степень соответствия количественных характеристик, полученных в результате выборочного наблюдения, характеристикам, свойственным всей генеральной совокупности.

Вопрос 14. Опишите, как понимаете, что такое репутационный драйвер.

Ответ: Это одно из ключевых направлений коммерческой или социальной деятельности компании. Репутационный драйвер определяет соответствующие тематические категории, позволяющие кластеризовать публикации и произвести оценку медиаактивности субъекта коммуникации по ключевым для него направлениям деятельности.

Вопрос 14. В чем суть метода семантического дифференциала?

Ответ: Это методика шкалирования, замеряющая отношение респондента при оценке объекта с использованием биполярных прилагательных или фраз, между которыми расположен нечётный диапазон интервалов. Координатами объекта в семантическом пространстве служат его оценки по ряду биполярных градуированных (трех-, пяти-, семибалльных) оценочных шкал, противоположные полюса которых заданы с помощью вербальных антонимов. Эти шкалы отобраны из множества пробных шкал методами факторного анализа.

Вопрос 15. В чем суть ситуационного анализа?

Ответ: Это метод политического, экономического или коммуникативного анализа, базирующийся на системном подходе, позволяющем рассматривать сочетания условий и обстоятельств относительно завершённого процесса. Позволяет обоснованно определить пространственные, временные и информационные границы ситуации; выявить ключевых субъектов и охарактеризовать их с точки зрения их действий, ресурсов, типовых стратегий.

Вопрос 16. Что относится к СМИ?

Ответ: газеты, деловые и популярные журналы и другие печатные СМИ, а также радио, телевидение и интернет, пресс-релизы компаний, ленты новостных агентств, государственные информационные бюллетени, брошюры, веб-страницы и форумы.

Вопрос 17. В чем суть техники спонтанной известности? Составьте пример (1-2 вопроса).

Ответ: Опросная техника, фиксирующая уровень знания объекта среди целевой аудитории, при условии отсутствия подсказок, описаний и т.д.

Вопрос 18. Что значит среднее качество медиаполя и как рассчитывается?

Ответ: Это среднее качество одной публикации по массиву. Может рассчитываться по отдельным инфоповодам, источникам, группам источников, видам, типам СМИ и т.д.

Вопрос 19. Что такое цель в контексте PR?

Ответ: Это PR-последствия, поддающиеся измерению; четкое и ясное утверждение о намерениях, которое

соответствуют коммуникативной стратегии компании и у которого есть целевая аудитория и предполагаемый эффект (желаемый уровень изменений, а также определенные сроки, в которые эти изменения должны произойти). Существует в трех видах: информационная (познания), мотивационная (отношения/взгляды) и поведенческая (действия) цель.

Вопрос 20. Что такое «экспертная выборка»? На основе чего она формируется?

Ответ: тип детерминированной выборки, при которой отбор происходит на основании особых знаний, социального положения или черт характера испытуемых, а также других значимых для исследования факторов.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ЗАКРЫТЫХ ВОПРОСОВ:

Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «зачтено» – верно выполнено более 50% заданий; «не зачтено» – верно выполнено 50% и менее 50% заданий;
- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении в конце семестра зачета.

Обучающиеся, не получивших зачет по результатам текущей успеваемости, организуется зачет в форме письменного опроса по всему изученному курсу.

Контрольно-измерительный материал для письменного опроса формируется из заданий открытого типа текущего контроля, размещенных в Контрольных вопросах и заданиях для проведения текущей аттестации по дисциплины, а также заданий текущего контроля в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ». Количество заданий в письменном опросе для промежуточной аттестации - 5.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

- «Отлично» (зачтено): Ответ полный, развернутый, вопрос раскрыт, ошибок нет.
- «Хорошо» (зачтено): Ответ полный, но краткий, терминологически правильный, нет существенных недочетов. Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.
- «Удовлетворительно» (зачтено): Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочеты. Суждения фрагментарны.
- «Неудовлетворительно» (не зачтено): Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен. Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Карасев А.П.	МАРКЕТИНГОВЫЕ ИССЛЕДОВАНИЯ 2-е изд., пер. и доп. Учебник и практикум для СПО: Гриф УМО СПО	М.:Издательство Юрайт, 2022	https://urait.ru/viewer/marketingovye-issledovaniya-489822#page/1
Л1.2	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	www.biblio-online.ru/book/540127E1-A354-40F9-8D7F-AA55E2551A2B
Л1.3	Музыкант, В. Л.	Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. Smm, рынок m&a: учебник и практикум для академического бакалавриата	Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/428807
Л1.4	Б. З. Зельдови	Менеджмент в медиаиндустрии: учебник для среднего профессионального образования	Издательство Юрайт, 2021	https://urait.ru/bcode/476279
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л2.2	Венедиктова Т.Д.	Основы теории коммуникации: учебник и практикум для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/511855
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Клуб специалистов PR		http://www.pr-club.com/	
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э3	курс в Мудл "Медиааналитика"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10847	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader</p>				

(http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/ Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
415Д	специализированный компьютерный класс кафедры связей с общественностью и рекламы - компьютерный класс - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 16 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1шт.; системный блок: IntelCore 2 DuoE7400 -17 шт.; сервер: системный блок: AquariusIntelPentiumD; монитор: Acer V173 B -16 шт.; монитор: Acer V193W 1 шт.; телевизор Samsung
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции, практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается зачетом во 2 и 3 семестре. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале

лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое и лабораторное занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом или лабораторном занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и

представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях

неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Зачет соценкой. Подготовка к зачету ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеется один теоретический вопрос и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

Зачет. Подготовка к зачету ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Медиастратегии и медиапланирование

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	6 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	216	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		экзамены:	1
аудиторные занятия	58		
самостоятельная работа	131		
контроль	27		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя	16		
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	24	24	24	24
Практические	34	34	34	34
Сам. работа	131	131	131	131
Часы на контроль	27	27	27	27
Итого	216	216	216	216

Программу составил(и):
к.филол.н., доцент, Милюкова А.Г.

Рецензент(ы):
телеведущий ГТРК "Алтай" , Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Медиастратегии и медиапланирование

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	Целью изучения дисциплины является освоение принципов и алгоритмов построения стратегий и тактик реализации медиапроектов и медиапродуктов в разных медиасистемах.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ОПК-1	Способен планировать, организовывать и координировать процесс создания востребованных обществом и индустрией медиатекстов и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов, отслеживать и учитывать изменение норм русского и иностранного языков, особенностей иных знаковых систем
ОПК-1.1	Знает особенности всех этапов и принципов производства медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов
ОПК-1.2	
ОПК-1.3	
ПК-1	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты
ПК-1.1	Знает форматы и жанры медиапубликаций; принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов
ПК-1.2	Умеет обрабатывать текстовый контент в соответствии с задачами конкретных медиа и применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице
ПК-1.3	Владеет навыками работы с профессиональными компьютерными программами верстки и программами для работы с растровой и векторной графикой

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем; Знает особенности моделирования индивидуальных и коллективных профессиональных действий в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы; Знает особенности составления концептуальных документов деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов; Знает факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики аудитории потребителей; знает технологии составления аналитических отчетов, проведения презентаций результат проектного исследования; составления квалификационных требований к персоналу для медиакомпаний; Знает технологии формирования оргструктуры и штатного расписания медиакомпаний; Знает основные этапы реализации медиапроекта и производства медиапродукта; Знает основы разработки плана реализации медиапроекта и производства медиапродукта, знает, как осуществлять планирование мероприятий по продвижению медиапродукта и медиапроекта; Знает основы разработки концепции продвижения продукции СМИ, технологии в сфере медиапроизводства.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет выявлять особенности политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем;

	<p>Умеет моделировать индивидуальные и коллективные профессиональные действия в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы;</p> <p>Умеет составлять концептуальные документы деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;</p> <p>Умеет учитывать факторы, определяющие потребительский спрос на продукцию СМИ, существенные характеристики аудитории потребителей; умеет использовать технологии составления аналитических отчетов, проведения презентаций результаты проектного исследования; составления квалификационных требований к персоналу для медиакомпаний;</p> <p>Умеет формировать оргструктуру и штатное расписание медиакомпаний;</p> <p>Умеет управлять основными этапами реализации медиапроекта и производства медиапродукта;</p> <p>Умеет разрабатывать план реализации медиапроекта и производства медиапродукта, умеет осуществлять планирование мероприятий по продвижению медиапродукта и медиапроекта;</p> <p>Умеет разрабатывать концепцию продвижения продукции СМИ.</p>
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	<p>Владеет навыками учета особенностей политических, экономических факторов, правовых и этических норм, регулирующих развитие разных медиакоммуникационных систем;</p> <p>Владеет навыками моделирования индивидуальных и коллективных профессиональных действий в области медиакоммуникаций в зависимости от условий конкретной медиакоммуникационной системы;</p> <p>Владеет навыками составления концептуальных документов деятельности медиакомпаний, отделов, структур и медиапроектов;</p> <p>Владеет навыками определения потребительского спроса на продукцию СМИ, существенных характеристик аудитории потребителей; владеет технологиями составления аналитических отчетов, проведения презентаций результаты проектного исследования; составления квалификационных требований к персоналу для медиакомпаний;</p> <p>Владеет технологиями формирования оргструктуры и штатного расписания медиакомпаний;</p> <p>Владеет основными этапами реализации медиапроекта и производства медиапродукта;</p> <p>Владеет навыками разработки плана реализации медиапроекта и производства медиапродукта, владеет технологиями планирования мероприятий по продвижению медиапродукта и медиапроекта;</p> <p>Владеет технологиями в сфере медиапроизводства.</p>

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Медиакоммуникационные системы						
1.1.	Медиакоммуникационные системы	Лекции	1	6	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.2.	Политические, экономические, нормативные и этические факторы при создании медиапродукта	Практические	1	8	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
1.3.	Политические, экономические, нормативные и этические факторы при создании медиапродукта	Сам. работа	1	20	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 2. Управление командой медиапроекта						

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
2.1.	Управление командой медиапроекта	Лекции	1	6	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.2.	Управление командой медиапроекта	Практические	1	9	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
2.3.	Управление командой медиапроекта	Сам. работа	1	31	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 3. Основы создания медиапроектов						
3.1.	Медиапроект: структура, этапы подготовки, медиаформаты	Лекции	1	6	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.2.	Медиапроект: структура, этапы подготовки, медиаформаты	Практические	1	8	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
3.3.	Медиапроект: структура, этапы подготовки, медиаформаты Файл	Сам. работа	1	40	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
Раздел 4. Основы продвижения медиапроектов						
4.1.	Основы продвижения медиапроектов	Лекции	1	6	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
4.2.	Основы продвижения медиапроектов	Практические	1	9	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2
4.3.	Основы продвижения медиапроектов	Сам. работа	1	40	ОПК-1.1, ОПК-1.2, ОПК-1.3, ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3	Л2.1, Л1.1, Л1.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л1.2	Кириллова Н.Б.	Медиаполитика государства в условиях социокультурной модернизации: учебное пособие для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/533064
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Романов А.А. Васильев Р.В., Каптюхин Р.В.	Медиапланирование: учебно-практическое пособие	М. : Евразийский открытый институт, 2010	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=93170
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Клуб специалистов PR		www.pr-club.com	
Э2	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э3	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э4	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э5	Курс "Медиастратегии и медиапланирование"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=10487	
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно);				

Chrome (<http://www.chromium.org/chromium-os/licenses>), (бессрочно);
 7-Zip (<http://www.7-zip.org/license.txt>), (бессрочно);
 AcrobatReader
 (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно);
 ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (<https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/>), (бессрочно);
 LibreOffice (<https://ru.libreoffice.org/>), (бессрочно);
 Веб-браузер Chromium (<https://www.chromium.org/Home/>), (бессрочно);
 Антивирус Касперский (<https://www.kaspersky.ru/>), (до 23 июня 2024);
 Архиватор Ark (<https://apps.kde.org/ark/>), (бессрочно);
 Okular (<https://okular.kde.org/ru/download/>), (бессрочно);
 Редактор изображений Gimp (<https://www.gimp.org/>), (бессрочно)

6.4. Перечень информационных справочных систем

Информационно-правовой портал «Гарант» (<http://garant.ru>)
 «КонсультантПлюс» (<http://consultant.ru>)
 Электронная база данных «Scopus» (<http://www.scopus.com>)
 Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (<http://elibrary.asu.ru/>)
 Научная электронная библиотека elibrary (<http://elibrary.ru>)

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Лекция. Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал,

ориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие. Практическое занятие – форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения. Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Самостоятельная работа. Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам:

- учебных и учебно-методических пособий;
- тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др;
- перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины;
- информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др.

Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе изучения полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. Целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении заданий в ходе курса.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Проектирование продукции медиаиндустрии

рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам	
в том числе:		зачеты:	4
аудиторные занятия	32		
самостоятельная работа	76		

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	2 (4)		Итого	
	2			
Неделя	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	14	14	14	14
Практические	18	18	18	18
Сам. работа	76	76	76	76
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н., Доцент, Милюкова а.Г.

Рецензент(ы):

Рабочая программа дисциплины
Проектирование продукции медиаиндустрии

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Срок действия программы: 2023-2026 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.наук, профессор Ковалева Алла Владимировна

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 08.06.2023 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.наук, профессор Ковалева Алла Владимировна*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	формирование у студентов способности использовать основы медиапроизводства и управления контентом для развития профессиональной культуры в медиакоммуникациях.
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты
ПК-1.1	Знает форматы и жанры медиапубликаций; принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов
ПК-1.2	Умеет обрабатывать текстовый контент в соответствии с задачами конкретных медиа и применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице
ПК-1.3	Владеет навыками работы с профессиональными компьютерными программами верстки и программами для работы с растровой и векторной графикой
ПК-3	Способен создавать концепцию и реализовать индивидуальный и (или) коллективный проект в медиасфере
ПК-3.1	Знает методы анализа и оценки эффективности проектов в медиасфере, методологию социологических и маркетинговых исследований целевой аудитории и потребностей рынка
ПК-3.2	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками анализа эффективности реализации проектов и подготовки аналитических отчетов по этапам реализации проектов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ, основные принципы социальной ответственности в профессиональной сфере.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	создавать медиатексты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем учитывая эффекты своей профессиональной деятельности.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	навыками подготовки востребованных обществом и индустрией медиатексты/ медиапродукты/коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем в соответствии с принципами социальной ответственности и этическими нормами медиакоммуникаций.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Медиапроизводство и управление контентом						
1.1.	Модель интеллектуальной организации контента мультимедийных средств.	Лекции	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.2.	Модель интеллектуальной организации контента мультимедийных средств.	Практические	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.3.	Концепция комплексного филологического анализа контента иконтентообразования мультимедийных средств массовой комму-никации.	Практические	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.4.	Средства мультимедиа в качестве ресурсообразующей константы медиаэволюции.	Лекции	4	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.5.	Средства мультимедиа в качестве ресурсообразующей константы медиаэволюции.	Практические	4	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.6.	Мультимедиа в качестве ресурсообразующей константы маркетинга и рекламы СМИ.	Лекции	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.7.	Повторное использование, синдицирование контента, продажа, вопросы авторских прав.	Лекции	4	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.8.	Повторное использование, синдицирование контента, продажа, вопросы авторских прав.	Практические	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.9.	Системы управления, хранения и поиска мультимедийного контента (текст, видео, фото, гра-фика).	Практические	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.10.	Соотношению понятий «медиа-текст», «медиа-контент», «медиапродукт» и «медиабренд» с по-	Лекции	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
	зиции взаимодействия журналистики, рекламы и PR в конвергентных СМИ.					
1.11.	Классификация жанров. Видоизменение жанровой системы в медиапространстве	Практические	4	2	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.12.	Тенденции развития жанров в медиапространстве	Практические	4	4	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2
1.13.	Тенденции развития жанров в медиапространстве	Сам. работа	4	76	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л2.2

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Чумиков, А. Н.	Связи с общественностью и медиакоммуникации : учебное пособие для вузов : Высшее образование	Москва : Издательство Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/520599
Л1.2	Зельдович Б.З.	Медиаменеджмент: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/518357
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Кириллова Н.Б.	Медиаполитика государства в условиях социокультурной	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/533064

		модернизации: учебное пособие для вузов: Высшее образование		
Л2.2	Дзялошинский И.М.	Современный медиатекст. Особенности создания и функционирования: учебник для вузов : Высшее образование	Юрайт, 2023	https://urait.ru/bcode/517871
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название		Эл. адрес	
Э1	Сайт библиотеки АлтГУ		www.ib.asu.ru	
Э2	Электронно-библиотечная система "Университетская библиотека online"		http://biblioclub.ru/	
Э3	Электронно-библиотечная система издательства "Лань"		https://e.lanbook.com/	
Э4	Курс "Организация медиапроизводства"		https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7108	
6.3. Перечень программного обеспечения				
<p>Microsoft Office 2010 (Office 2010 Professional, № 4065231 от 08.12.2010), (бессрочно); Microsoft Windows 7 (Windows 7 Professional, № 61834699 от 22.04.2013), (бессрочно); Chrome (http://www.chromium.org/chromium-os/licenses), (бессрочно); 7-Zip (http://www.7-zip.org/license.txt), (бессрочно); AcrobatReader (http://www.images.adobe.com/content/dam/Adobe/en/legal/servicetou/Acrobat_com_Additional_TOU-en_US-20140618_1200.pdf), (бессрочно); ASTRA LINUX SPECIAL EDITION (https://astralinux.ru/products/astra-linux-special-edition/), (бессрочно); LibreOffice (https://ru.libreoffice.org/), (бессрочно); Веб-браузер Chromium (https://www.chromium.org/Home/), (бессрочно); Антивирус Касперский (https://www.kaspersky.ru/), (до 23 июня 2024); Архиватор Ark (https://apps.kde.org/ark/), (бессрочно); Okular (https://okular.kde.org/ru/download/), (бессрочно); Редактор изображений Gimp (https://www.gimp.org/), (бессрочно)</p>				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
<p>Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)</p>				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций,	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица

Аудитория	Назначение	Оборудование
	текущего контроля и промежуточной аттестации	
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
320Л	медиаотека, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение курса завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию

преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует:

руководствоваться графиком самостоятельной работы, выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, сдаче экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Алтайский государственный университет»

Технологии производства медиапродуктов рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	9 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	324	Виды контроля по семестрам
в том числе:		экзамены: 3
аудиторные занятия	96	диф. зачеты: 2
самостоятельная работа	201	
контроль	27	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (2)		2 (3)		Итого	
	Неделя		16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	12	12	12	12	24	24
Лабораторные	22	22	22	22	44	44
Практические	14	14	14	14	28	28
Сам. работа	24	24	177	177	201	201
Часы на контроль	0	0	27	27	27	27
Итого	72	72	252	252	324	324

Программу составил(и):
ст.преподаватель, Жеребненко А.В.

Рецензент(ы):
Телеведущий ГТРК Алтай, Долгова Т.Н.

Рабочая программа дисциплины
Технологии производства медиапродуктов

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Срок действия программы: 2022-2024 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н. профессор А.В. Ковалева

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 11
Заведующий кафедрой *д.социол.н. профессор А.В. Ковалева*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	сформировать комплексные о технике и технологиях работы и производства контента в различных типах медиа, а также об исторических этапах развития и современном состоянии данных технологий.
------	---

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: Б1.О.03

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1	Способен разрабатывать новые виды форматов медиапродукции, производить творческие пилотные проекты
ПК-1.1	Знает форматы и жанры медиапубликаций; принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов
ПК-1.2	Умеет обрабатывать текстовый контент в соответствии с задачами конкретных медиа и применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице
ПК-1.3	Владеет навыками работы с профессиональными компьютерными программами верстки и программами для работы с растровой и векторной графикой
ПК-3	Способен создавать концепцию и реализовать индивидуальный и (или) коллективный проект в медиасфере
ПК-3.1	Знает методы анализа и оценки эффективности проектов в медиасфере, методологию социологических и маркетинговых исследований целевой аудитории и потребностей рынка
ПК-3.2	Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа
ПК-3.3	Владеет навыками анализа эффективности реализации проектов и подготовки аналитических отчетов по этапам реализации проектов

В результате освоения дисциплины обучающийся должен

3.1.	Знать:
3.1.1.	Знает форматы и жанры медиапубликаций; принципы художественно-технического оформления интернет-ресурсов. Знает методы анализа и оценки эффективности проектов в медиасфере, методологию социологических и маркетинговых исследований целевой аудитории и потребностей рынка.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	Умеет обрабатывать текстовый контент в соответствии с задачами конкретных медиа и применять базовые приемы композиции материалов на интернет-странице. Умеет находить и анализировать необходимую информацию, применять количественные и качественные методы анализа.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	Владеет навыками работы с профессиональными компьютерными программами верстки и программами для работы с растровой и векторной графикой. Владеет навыками анализа эффективности реализации проектов и подготовки аналитических отчетов по этапам реализации проектов.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Технологии медиапроизводства						
1.1.	Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере.	Лекции	2	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.2.	Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере.	Практические	2	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.3.	Понятие технологии и технологического процесса. Основные компоненты технологических процессов. Технологии в медиасфере.	Лабораторные	2	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.4.	Производство фото- и кинопродукции. Краткая история развития технологий фотографии и кинематографа и их современное состояние.	Лекции	2	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.5.	Производство фото- и кинопродукции. Краткая история развития технологий фотографии и кинематографа и их современное состояние.	Практические	2	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.6.	Производство фото- и кинопродукции. Краткая история развития технологий фотографии и кинематографа и их современное состояние.	Лабораторные	2	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.7.	Производство фото- и кинопродукции. Краткая история развития технологий фотографии и кинематографа и их современное состояние.	Сам. работа	2	24	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
1.8.	Технологии звукозаписи и радиовещания.	Лекции	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.9.	Технологии звукозаписи и радиовещания.	Практические	3	8	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.10.	Технологии звукозаписи и радиовещания.	Лабораторные	3	10	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.11.	Технологии телевизионного вещания	Лекции	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.12.	Технологии телевизионного вещания	Практические	3	6	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.13.	Компьютерные и интернет-технологии. Технологии мобильной связи. Краткая история развития компьютерных и интернет-технологий и их современное состояние.	Лабораторные	3	12	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3
1.14.	Компьютерные и интернет-технологии. Технологии мобильной связи. Краткая история развития компьютерных и интернет-технологий и их современное состояние.	Сам. работа	3	177	ПК-1.1, ПК-1.2, ПК-1.3, ПК-3.1, ПК-3.2, ПК-3.3	Л1.1, Л1.2, Л2.1, Л1.3

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины

Оценочные материалы для текущего контроля по разделам и темам дисциплины в полном объеме размещены в онлайн-курсе на образовательном портале «Цифровой университет АлтГУ» - <https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6875>

ПК-1: Способен создавать медиапроект и (или) медиапродукт любого уровня сложности

Вопрос 1. Продукты и услуги по созданию различных видов данных(контента) и их донесению до целевых аудиторий с помощью комплекса различных средств массовой информации – это?

а) медиапродукт

б) медиа

ОТВЕТ: а.

Вопрос 2. Предприятия и организации, а также физических лиц, производящих медиапродукты, деятельность которых нацеленные на получение дохода от своей основной деятельности – это?

а) медиапроизводители

б) медиапотребители

в) СМИ

ОТВЕТ: а.

Вопрос 3. Организации, производящие информационные\медиапродукты и услуги на базе схожих ресурсов и технологий – это?

- а) медиакомпания
- б) СМИ
- в) медиапроизводители

ОТВЕТ: а.

Вопрос 4. Выберите подходящее определение геймификации как технологии производства медиапродукта?

- а. процесс создания игры: от разработки и дизайна до выпуска на рынок.
- б. система взаимодействия игрока с игровыми объектами через доступный набор игровых механик.
- в. это использование игровых элементов в неигровых контекстах.

ОТВЕТ: в.

Вопрос 5. Какие медиапродукты сегодня может генерировать ИИ?

- а. видео
- б. фото
- в. звуки
- г. изображения
- д. текст

Ответ: б,в,г,д.

Вопрос 6. Оригинальность материалов и их распространенность в интернете – это показатель...

- а) Актуальности контента
- б) Востребованности контента
- в) Уникальности контента

ОТВЕТ: в.

Вопрос 7. Production – это

- а Production — это стадия непосредственного производства.
- б) Production – это процесс создания и производства продукта от идеи до конечного результата.
- в) Production — деятельность, связанная непосредственно со съёмочным процессом.
- г) все варианты верны.

ОТВЕТ: г.

Вопрос 8. Процесс написания оригинальных текстов, продвигающих бизнес, человека, мнение или идею – это?

- а) копирайтинг
- б) спичрайтинг
- в) медиаторчество

ОТВЕТ: а.

Вопрос 9. Рерайтинг – это?

- а) переработка информации исходных текстов
- б) стилистическая и орфографическая проверка статей
- в) написание авторских статей

ОТВЕТ: б.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

- «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий; «удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

Вопрос 1. Дайте определение медиапродукту?

ОТВЕТ: продукты и услуги по созданию различных видов данных(контента) и их донесению до целевых аудиторий с помощью комплекса различных медиа.

Вопрос 2. Дайте определение понятию «медиапроизводитель».

ОТВЕТ: предприятия и организации, а также физических лиц, производящих медиапродукты, деятельность которых нацеленные на получение дохода от своей основной деятельности.

Вопрос 3. Каких участников медиaprостранства можно отнести к медиапроизводителям?

ОТВЕТ: Сегодня медиапроизводителями выступают: медиакомпания, журналисты, партизанские журналисты, блогеры и медиапотребители.

Вопрос 4. Что такое геймификация?

ОТВЕТ: это использование игровых элементов в неигровых контекстах.

Вопрос 5. В чем заключается основная задача геймификации?
ОТВЕТ: это вовлечение пользователя, стимулирование совершить нужное действие или процедуру через игровые механики.

Вопрос 6. Какие медиапродукты сегодня может генерировать ИИ?

Ответ: фото, звуки, музыку, изображение, текст, видео

Вопрос 7. Что такое «генеративная модель искусственного интеллекта»?

Ответ: Технология медиапроизводства, позволяющая на основании запроса и параметров генерировать новое содержание.

Вопрос 8. Что такое генеративное искусство?

Ответ: то направление современного искусства, которое использует алгоритмы, искусственный интеллект и компьютерные программы для создания произведений.

Вопрос 9. Что такое контент?

Ответ: Любой вид информации (текст, аудио, видео, изображение), составляющей содержание инфопродукта.

Вопрос 10. Дайте определение контент-стратегии.

Ответ: Планирование деятельности по созданию, распространению эффективного и полезного контента, а также организацию управления материалами.

Вопрос 11. Какие есть этапы в production?

ОТВЕТ: Подготовительный период, или предпроизводство (pre-production); Съёмочный период, или производство (production); Монтажно-тонировочный период, или постпроизводство (post-production).

Вопрос 12. Зачем нужен сценарий?

ОТВЕТ: Сценарий – это профессиональный документ, который разрабатывается сценаристами или специалистами по продакшну. В нем должны быть четко прописаны диалоги, описание сцен, характеры персонажей, место и время действия и другая важная информация. Сценарий является важным инструментом для команды видеопродакшн. Он позволяет визуализировать и представить проект в целом перед началом съемки. Сценарий помогает согласовать задачи и ожидания всех участников проекта и облегчает координацию работ. Без сценария процесс создания видео может очень затянуться и не дать желаемый результат.

Вопрос 13. Назовите крупные продакшны в России.

ОТВЕТ: "Кинокомпания "Ств", "ВБД Групп", "Студия "Тритэ" Никиты Михалкова, "1-2-3 Продакшн", "Централ Партнершип", "Арт Пикчерс Студия", "Марс Медиа Энтертейнмент, "Базелевс", "Водород 2011", "Дирекция кино".

Вопрос 14. Что такое брифинг?

ОТВЕТ: Это предварительный этап работы, который включает в себя самое активное общение студии с заказчиком. Клиент приходит с определенной задачей, которую ему нужно решить. Здесь наши продюсеры исходят из правила: одна работа решает одну задачу. Это означает, что клиенту придется выбирать, какой посыл они хотят донести до аудитории, какую цель будет стоять перед видео: создать определенный образ бренда, показать преимущества продукта, рассказать историю, связанную с продуктом. На самом деле вариантов много, и наши продюсеры помогут выбрать именно тот, который подойдет вашей компании.

Вопрос 15. Копирайтинг с вхождением в текст ключевых слов называется...?

ОТВЕТ: seo-копирайтинг

Вопрос 16. Инфографика – это...

Ответ: это продукт графического дизайна, содержащий набор графических и текстовых элементов и связей между ними, используемый для передачи информации, раскрывающий причины и цели этих связей в контексте передаваемого знания.

Вопрос 17. Цель инфографики - ...

Ответ: представление массива информации в лаконичной визуальной форме, легкой к усвоению и запоминанию, которая достигается за счет визуальных образов, некой метафоричности представления материала, а также за счет структурной и функциональной целостности.

Вопрос 18. Чем инфографика отличается от иллюстрации и визуализации данных?

Ответ: Иллюстрация — это художественный инструмент, который дополняет текст и раскрывает контекст. А инфографика — это самостоятельный массив информации, который можно понять без сопроводительного текста. Визуализация данных — это метод науки и статистики, а инфографика — объект дизайна. Визуализация данных может быть частью инфографики. Это такие элементы, как график, диаграмма, гистограмма и т.п. Инфографика рассказывает историю, а визуализация — просто демонстрирует данные. Визуализация может быть инструментом инфографики, но не наоборот.

Вопрос 19. Какова цель мультимедийной подачи информации?

Ответ: предоставить аудитории возможность самостоятельно выбрать способ знакомства с материалом: прочитать текст, посмотреть фотографии, картинки, видео или совместить несколько способов получения

информации по своему желанию.

Вопрос 20. Что такое визуальный контент?

ОТВЕТ: Визуальная информация, которая сопровождает текст или публикуется отдельно в онлайн-среде: фотографии, рисунки, схемы, видеоролики, графический дизайн и др.

ПК-3: Способен разрабатывать и продвигать медиапроект на всех этапах его жизненного цикла

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ЗАКРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Укажите, верно ли следующее утверждение:

«Проект – это временное предприятие, направленное на создание уникального или повторение уже полученного продукта, услуги или результата надлежащего качества, в ограниченные сроки с использованием неограниченных ресурсов»

- а. Верно
- б. Неверно

Ответ: а.

Вопрос 2. Среди следующих вариантов выберите те, которые являются целью:

- а. Провести фотосессию
- б. Приобрести новое ПО для работы с видеофайлами
- в. Провести проектную фотосессию с домашними животными до 1 декабря 2023 года
- г. До 25 декабря 2023 года приобрести профессиональный видеоредактор Adobe Premiere Pro, версия 2023 года.

Ответ: в, г.

Вопрос 3. Укажите неверные утверждения относительно этапов проектной деятельности:

- а. Проектная деятельность начинается с этапа проблематизации
- б. После завершения этапа проблематизации в проекте начинается этап планирования
- в. Последний этап проектной деятельности – сдача проекта
- г. Проектная деятельность начинается с целеполагания

Ответ: в, г.

Вопрос 4. Укажите, что должно быть на месте пропусков в следующем утверждении:

«Успешность [пропуск 1] складывается из успеха [пропуск 2] и успеха [3]»

- а. 1 – управления проектом; 2 – планирования; 3 – руководителя проекта
- б. 1 – проекта; 2 – управления проектом; 3 – продукта
- в. 1 – руководителя проекта; 2 – планирования проекта; 3 – процессов, которые он выстроил

Ответ: а.

Вопрос 5. В каких случаях речь идет о проектной деятельности?

- а. Мы задаемся целью увеличить число подписчиков телеграм-канала «А» до определенной даты, например, до начала лета, планируем шаги и контролируем их выполнение
- б. Мы периодически что-то выкладываем в канал «Дзен», проводим редизайн, вводим новые рубрики, пробуем новые форматы контента
- в. Мы задаемся целью вывести новый продукт на рынок Алтайского края в течение месяца, разрабатываем креативную идею, стратегию, план и следуем им

Ответ: а, в.

Вопрос 6. Укажите верный порядок этапов проектной деятельности:

- а. Целеполагание -> Проблематизация -> Планирование -> Реализация -> Сдача
- б. Целеполагание -> Планирование -> Проблематизация -> Реализация -> Сдача
- в. Проблематизация -> Целеполагание -> Планирование -> Реализация -> Оценка эффективности
- г. Планирование -> Проблематизация -> Целеполагание -> Реализация -> Оценка эффективности

Ответ: в.

Вопрос 7. «В ходе [пропуск 1] проекта важно определять [пропуск 2] для оценивания получаемых промежуточных результатов»

- а. 1 – реализации; 2 – контрольные точки
- б. 1 – целеполагания; 2 – контрольные точки
- в. 1 – реализации; 2 – паузы в проекте
- г. 1 – проблематизации; 2 – паузы в проекте

Ответ: а.

Вопрос 8. Выберите, какое определение команды проекта является наиболее корректным

а. Команда проекта – это закрепленная на постоянной основе рабочая группа, выполняющая работы по проекту и поддержанию его результатов после завершения и ответственная непосредственно перед Заказчиком за их выполнение.

б. Команда проекта – это временная рабочая группа, выполняющая работы по проекту и ответственная перед Руководителем проекта за их выполнение.

Ответ: б.

Вопрос 9. Как связаны между собой проблема и цель проекта? (один ответ)

а. Это практически одно и то же

б. Иногда цель вообще никак не связана с проблемой проекта

в. Целью проекта всегда является решение проблем проекта

Ответ: в.

Вопрос 10. Отвечает ли следующая цель проекта критериям SMART?

Увеличить посещаемость сайта с помощью ежедневной публикации новых материалов и рекламы ресурса в социальных сетях.

а. Да

б. Нет

Ответ: б.

Вопрос 11. Отвечает ли следующая цель критериям SMART?

Увеличить количество продаж магазина «Н» на платформе маркетплейса «Валдберис» до 31 декабря 2023 года.

а. Да

б. Нет

Ответ: а.

Вопрос 12. Каким критериям отвечает хорошо сформулированная цель проекта?

а. Ограниченная

б. Однозначно воспринимаемая всеми участниками

в. Измеримая

г. Достижимая в заданных условиях

Ответ: б,в,г.

Вопрос 13. Что определяет матрица ответственности?

а. Степень ответственности участников за выполнение работ проекта

б. Роли, на которые нужно назначить самых ответственных сотрудников

в. Наиболее важные работы проекта

г. Работы, к выполнению которых нужно отнестись наиболее ответственно

Ответ: а.

Вопрос 14. Для чего используется методика RACI?

а. Для оценки эффективности команды проекта

б. Для составления матрицы ответственности

в. Для распределения ролей в команде согласно методике Белбина

г. Для формирования состава команды проекта

Ответ: б.

Вопрос 15. К какому спектру деятельности руководителя проекта относится концептуальная разработка творческого проекта?

а) финансово-экономическому;

б) юридически-правовому;

в) проектно-технологическому;

г) организационно-управленческому;

д) маркетинговому.

Ответ: в.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ: Каждое задание оценивается 1 баллом. Оценивание КИМ теоретического характера в целом:

• «отлично» – верно выполнено 85-100% заданий; «хорошо» – верно выполнено 70-84% заданий;

«удовлетворительно» – верно выполнено 51-69% заданий; «неудовлетворительно» – верно выполнено 50% или менее 50% заданий.

ПРИМЕРЫ ЗАДАНИЙ ОТРЫТОГО ТИПА

Вопрос 1. Способ достижения цели через детальную разработку проблемы (технология), которая должна завершиться вполне определённым практическим результатом, оформленным тем или иным образом – это

Ответ: проектная деятельность

Вопрос 2. Для чего используется методика RACI?

Ответ: Для распределения ролей в команде согласно методике Белбина

Вопрос 3. Команда проекта состоит из участников, каждый из которых выполняет в команде одну или несколько ролей. С точки зрения управления командой какое число участников является оптимальным

Ответ: 3-7

Вопрос 4. Укажите, что должно быть на месте пропусков в следующем утверждении:

«Успешность [пропуск 1] складывается из успеха [пропуск 2] и успеха [3]»

а. 1 – управления проектом; 2 – планирования; 3 – руководителя проекта

б. 1 – проекта; 2 – управления проектом; 3 – продукта

в. 1 – руководителя проекта; 2 – планирования проекта; 3 – процессов, которые он выстроил

Ответ: а.

Вопрос 5. Какая методика используется для определения персональной ответственности и степени участия за выполнение отдельных этапов и задач проекта?

Ответ: матрица ответственности

Вопрос 6. Каким критериям отвечает хорошо сформулированная цель проекта?

Ответ: Однозначно воспринимаемая всеми участниками, конкретная, измеримая, достижимая.

Вопрос 7. Что определяет матрица ответственности?

Ответ: Степень ответственности участников за выполнение работ проекта.

Вопрос 8. Дайте определение команды проекта.

Ответ: Команда проекта – это временная рабочая группа, выполняющая работы по проекту и ответственная перед Руководителем проекта за их выполнение.

Вопрос 9. В чем заключается основное отличие проектной деятельности от операционной?

Ответ: в уникальности проектной деятельности.

Вопрос 10. Какое количество ролей должно выполняться в проектной команде, согласно предложениям Белбина, независимо от ее численного состава?

Ответ: 9 ролей.

Вопрос 11. Какой критерий позволяют оценить эффективность проекта?

Ответ: достижение цели проекта.

Вопрос 12. Какие критерии являются эффективными в оценке эффективности управления проектом?

Ответ: выполнение бюджета, выполнение календарного плана, достижение цели.

Вопрос 13. Что такое прототипирование?

Ответ: Быстрая частичная реализация существенных элементов или структуры предполагаемого продукта проекта.

Вопрос 14. Успешность проекта может быть определена следующим образом: Успех управления проектом + Успех "?" Какое слово должно быть указано вместо знака вопроса?

Ответ: продукт

Вопрос 15. Назовите метод, к которому относится следующее описание: «Этот метод базируется на том, что группа людей имеет больший потенциал в решении проблемы, чем отдельный человек, а при устранении психологических барьеров между участниками, появляется больше возможностей для модификации идей»

Ответ: мозговой штурм.

Вопрос 16. Что такое медиапроект?

Ответ: временная структура, предназначенная для создания медиапродуктов, выполнения работ и оказания услуг в медиасфере, а также для создания новых и реорганизации существующих медиаорганизаций.

Вопрос 17. Что такое медиапродукт?

Ответ: завершённый результат деятельности (творчества) участника медиакommunikационного процесса, распространяемый в медиасреде и на медианосителе для конкретной аудитории.

Вопрос 18. Что является результатом медиапроекта?

Ответ: медиапродукт.

Вопрос 19. Назовите основные признаки проекта.

Ответ: Любой проект имеет три главных признака: цель, сроки и ресурсы

Вопрос 20. Перечислите основные особенности медиапроектов.

Ответ: медиапроекты могут быть ориентированы сразу на два рынка: на рынок товаров и на рынок услуг (производство товара — контент и продажа услуг — времени/ места для рекламы); при разработке медиапроекта необходимо находить баланс между экономической целесообразностью и социальной миссией; результат медиапроекта — медиапродукт потребляется в свободное время, то есть в часы досуга; медиапродукт должен быть в какой-то степени развлекательным, ввиду воздействия экономики потребления; медиапроект планируется и реализуется в условиях: особого динамизма (высокой скорости обновления и распространения медиапродукта); высокой степени неопределённости внешней среды; медиаконвергентности (слияние технологий, прежде различных и разобщённых медиа, рынков).

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ ОТКРЫТЫХ ВОПРОСОВ.

«Отлично»: Ответ полный, развернутый. Вопрос точно и исчерпывающе передан, терминология сохранена, студент превосходно владеет основной и дополнительной литературой, ошибок нет.

«Хорошо»: Ответ полный, хотя краток, терминологически правильный, нет существенных недочётов.

Студент хорошо владеет пройденным программным материалом; владеет основной литературой, суждения правильны.

«Удовлетворительно»: Ответ неполный. В терминологии имеются недостатки. Студент владеет программным материалом, но имеются недочёты. Суждения фрагментарны.

«Неудовлетворительно»: Не использована специальная терминология. Ответ в сущности неверен.

Переданы лишь отдельные фрагменты соответствующего материала вопроса. Ответ не соответствует вопросу или вовсе не дан.

5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)

Не предусмотрено.

5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации

Промежуточная аттестация заключается в проведении зачета с оценкой (2 семестр) и экзамена (3 семестр). Зачет с оценкой и экзамен проводится в устной форме по билетам. В билет входит 2 вопроса теоретического характера и 1 практическое задание.

1 Понятие технологии. Виды технологий.

2 Технология как структурный процесс производства и объект управления.

3 Технологии в медиасфере. Виды медиатехнологий.

4 Технологии медиапроизводства и медиадистрибуции.

5 Производство печатной продукции. Виды технологий производства печатной продукции.

6 Первые печатные книги в Древнем Китае и Древней Корее.

7 Изобретение первого наборного печатного станка для массового производства книг Иоганна Гуттенберга.

8 Первый в России "Печатный двор" Ивана Фёдорова.

9 Современные способы печати: офсетная печать (традиционная и цифровая), цифровая тонерная печать, другие способы печати.

10 Современное состояние и перспективы развития полиграфического производства в России.

11 Основные технологические операции создания современной книги: выбор автора, подготовка текста рукописи, подготовка иллюстративного материала, подготовка дизайн-макета издания, вёрстка,

редактирование, корректура, выбор полиграфических параметров издания.
 12 История развития технологий фотографии в мире и в России.
 13 Цифровые фотографические процессы: подготовка к съемке, съёмка, изготовление фотоотпечатков.
 14 Современное состояние производства фотографической продукции.
 15 Виды фотопродукции и технологии их производства.
 16 Перспективы развития технологий фотографии.
 17 Технологии кинопроизводства.
 18 История развития технологий кино в мире и в России.
 19 Изобретение братьев Люмьер.
 20 Первые российские фильмы.
 21 Виды кинематографической продукции и технологии их производства: документальные и игровые (постановочные) фильмы, анимация (мультипликация).
 22 Современное состояние и перспективы развития технологий кинематографа.

Типовое практическое задание
 Медиа CHIPS Journal (chips-journal.ru.) — это формат, который совмещает в себе онлайн-афишу, журнал для родителей, приложение и собственную систему скидок для родителей. Охарактеризуйте профиль деятельности компаний-рекламодателей для этого онлайн-издания. Опишите форматы рекламы, которые использует редакция.

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ:

«Отлично»: студентом дан полный, в логической последовательности развернутый ответ на поставленные вопросы, 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.

«Хорошо»: студентом 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 допускаются неточности в ответе. Решил предложенные практические задания с небольшими неточностями.

«Удовлетворительно»: студентом 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 решении практических заданий.

«Неудовлетворительно»: студентом дан ответ, который содержит ряд серьезных неточностей, обнаруживающий незнание процессов изучаемой предметной области, отличающийся неглубоким раскрытием темы, незнанием основных вопросов теории, неумением давать аргументированные ответы. Выводы поверхностны. Решение практических заданий не выполнено. Студент не способен ответить на вопросы даже при дополнительных наводящих вопросах преподавателя.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Милокова А.Г.	Корпоративные коммуникации:	АлтГУ, 2020	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6215
Л1.2	Голубкова Е. Н.	Интегрированные маркетинговые коммуникации : учебник и практикум для вузов : учебник	Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/450157

Л1.3	Чепкина Э.В.	Социальная журналистика. Проблемы толерантности в СМИ: учебное пособие для вузов: Высшее образование	Юрайт, 2022	https://urait.ru/bcode/493659
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Курумчина, Анна Эдхемовна	Социокультурные коммуникации. Проекты социальных трансформаций и всемирные выставки: Учебное пособие для вузов:	Москва : Юрайт, 2020	https://urait.ru/bcode/456173
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	Промоатлас	http://promoatlas.ru/luchshie-reklamnyie-kampanii-v-istorii/		
Э2	АДМЕ	https://www.adme.ru		
Э3	Маркетинг-СПб.РУ	https://www.marketing.spb.ru/		
Э4	курс Технологии производства медиапродуктов	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=6875		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office, Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека elibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска)
320Л	медiateка, читальный зал – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 15 посадочных мест; персональные компьютеры с выходом в информационно-телекоммуникационную сеть Интернет и электронную информационно-образовательную среду;

Аудитория	Назначение	Оборудование
405Д	специализированная аудитория с мультимедийным оборудованием кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа; занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 30 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; кафедра; учебные пособия; презентационные материалы; наглядные материалы; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; стационарный проектор: марка VivitekD517 - 1 единица; стационарный экран: марка Projecta - 1 единица
307Д	лаборатория проектирования интегрированных коммуникаций кафедры связей с общественностью и рекламы - учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); проведения групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 19 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска меловая 1 шт.; компьютер: марка AquariusIntelCeleron - 1 единица; телевизор: HD Samsung 22"; учебные пособия; плакаты; наглядные пособия; презентационные материалы

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Дисциплина предусматривает лекции и практические занятия, а также самостоятельную работу. Изучение дисциплины завершается экзаменом. Успешное изучение курса требует посещения лекций, активной работы на практических занятиях, выполнения всех учебных заданий преподавателя, ознакомления с основной и дополнительной литературой.

Цель лекции – формирование ориентировочной основы для последующего усвоения студентами учебного материала. Лекция в процессе изучения дисциплины позволяет представить студенту новый учебный материал, разъяснить темы, трудные для понимания, систематизировать учебный материал, сориентировать в структуре и содержании учебного процесса.

Подготовка к лекции заключается в следующем: прочитайте учебный материал по теме лекции в учебниках и учебных пособиях, уясните место изучаемой темы в своей профессиональной подготовке, выпишите основные термины, уясните, какие учебные элементы остались для вас неясными, запишите вопросы, которые вы зададите лектору на лекции.

Для лекционной работы требуется отдельная тетрадь. Запишите за лектором тему и план лекции, в начале лекции уясните цель лекции, которую ставит лектор перед собой и вами, внимательно слушайте лектора, отмечайте наиболее существенную информацию и кратко записывайте ее в тетрадь, сравнивайте то, что вы слышите на лекции, с прочитанным ранее и располагайте, компоновку новую информацию в собственную, уже имеющуюся систему знаний или создавайте новую систему. По ходу лекции в своем тексте подчеркивайте новые термины, записывайте их отдельно или отмечайте их среди терминов, написанных вами при подготовке к лекции, вслед за лектором рисуйте схемы и таблицы, по мере рассказа лектора структурируйте учебный материал. Если лектор приглашает к дискуссии, участвуйте в ней. Если на лекции вы не получили ответы на подготовленные вами вопросы, задайте их. При подготовке к занятиям прочитайте записанную лекцию, подчеркните наиболее важные фразы, составьте словарь новых терминов, завершите структурирование учебного материала.

Практическое занятие — форма организации обучения, которая направлена на формирование практических умений и навыков и является связующим звеном между самостоятельным теоретическим освоением студентами учебной дисциплины и применением ее положений на практике. Практическое занятие позволяет развить у студентов профессиональную культуру и профессиональную коммуникацию. Преподаватель в этом случае является координатором обсуждений предложенных практических заданий, подготовка которых является обязательной. Поэтому тема, практические задания и основные источники обсуждения предлагаются студентам заранее. Цели обсуждения и выполнения заданий направлены на формирование знаний, умений и навыков профессиональной полемики и формирование компетенций. На этапе подготовки доминирует самостоятельная работа студентов по решению проблем и заданий, а в процессе занятия идет активное обсуждение, дискуссии и выступления студентов, где они под руководством преподавателя делают обобщающие выводы и заключения.

Зная тему практического занятия, необходимо готовиться к нему заблаговременно: читать

рекомендованную и дополнительную литературу, конспект лекций, руководстве к практическим занятиям, структурировать материал, составлять словарь терминов, отвечать на контрольные вопросы, решать ситуационные задачи и т.п. На практическом занятии вы можете получить консультацию преподавателя по любому учебному вопросу изучаемой темы.

Под самостоятельной работой студентов понимают учебную деятельность студентов, которая организована преподавателями, но осуществляется студентом без непосредственного участия преподавателя в учебной деятельности студента. Все виды самостоятельной работы студентов по дисциплине представлены в фонде оценочных средств. Четкая организация самостоятельной работы студентов делает ее эффективной. Это обеспечивается предоставлением студентам: учебных и учебно-методических пособий; тематических планов лекций, практических занятий, образцов контрольных работ, тестов, кейсов и др; перечня знаний и умений, которыми они должны овладеть при изучении дисциплины; информации о процедуре сдачи зачета и экзамена и др. Ответы представляются в письменной форме (печатной, непосредственно преподавателю, или электронной).

Самостоятельная работа студента является основным средством овладения учебным материалом во время, свободное от обязательных учебных занятий. Она включает в себя выполнение различного рода заданий, которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины студентам предлагается перечень заданий для самостоятельной работы. К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению. Студентам следует: руководствоваться графиком самостоятельной работы,

выполнять все плановые задания, выдаваемые преподавателем для самостоятельного выполнения, и разбирать на семинарах и консультациях неясные вопросы; при подготовке к экзамену параллельно прорабатывать соответствующие теоретические и практические разделы дисциплины, фиксируя неясные моменты для их обсуждения на консультации с преподавателем. Самостоятельная работа студентов является обязательным компонентом образовательного процесса, так как она обеспечивает закрепление получаемых на лекционных занятиях знаний путем приобретения навыков осмысления и расширения их содержания, навыков решения актуальных проблем формирования общекультурных и профессиональных компетенций, научно-исследовательской деятельности, подготовки к семинарам, лабораторным работам, сдаче зачетов и экзаменов.

Экзамен. Подготовка к экзамену ведется на основе полученного лекционного материала и рекомендованной литературы, осмысления работы на практических занятиях и самостоятельной работы. При подготовке нужно обратить внимание, что в каждом билете имеются теоретические вопросы и одно практическое задание, которое выполняется по тем же принципам, что и ряд заданий к практическим занятиям. Поэтому целесообразно дополнительно практиковаться в выполнении аналогичных заданий. После получения билета во время подготовки к ответу рекомендуется составить его подробный план.

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Алтайский государственный университет»

Введение в профессиональную деятельность (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья) рабочая программа дисциплины

Закреплена за кафедрой	Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью
Направление подготовки	42.04.05. Медиакоммуникации
Профиль	Медиапроизводство и медиааналитика
Форма обучения	Очная
Общая трудоемкость	3 ЗЕТ
Учебный план	42_04_05_Медиакоммуникации_МиМ-2023

Часов по учебному плану	108	Виды контроля по семестрам
в том числе:		зачеты: 1
аудиторные занятия	12	
самостоятельная работа	96	

Распределение часов по семестрам

Курс (семестр)	1 (1)		Итого	
	Неделя 16			
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	6	6	6	6
Практические	6	6	6	6
Сам. работа	96	96	96	96
Итого	108	108	108	108

Программу составил(и):
к.филол.н. , доцент, Валулина Е.В.

Рецензент(ы):
директор центра инклюзивного образования АГУ, Петренко Е.А.

Рабочая программа дисциплины
Введение в профессиональную деятельность (адаптивная дисциплина для лиц с ограниченными возможностями здоровья)

разработана в соответствии с ФГОС:
Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования - магистратура по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 531)

составлена на основании учебного плана:
42.04.05 Медиакоммуникации
утвержденного учёным советом вуза от 26.06.2023 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры
Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 8
Срок действия программы: 2022-2023 уч. г.

Заведующий кафедрой
д.социол.н., профессор Ковалева А.В.

Визирование РПД для исполнения в очередном учебном году

Рабочая программа пересмотрена, обсуждена и одобрена для
исполнения в 2023-2024 учебном году на заседании кафедры

Кафедра медиакоммуникаций, технологий рекламы и связей с общественностью

Протокол от 17.06.2022 г. № 8
Заведующий кафедрой *д.социол.н., профессор Ковалева А.В.*

1. Цели освоения дисциплины

1.1.	<p>- подготовка к обоснованному и мотивированному выбору студентом специализации профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ.</p> <p>Для достижения поставленной цели выделяются задачи курса:</p> <ul style="list-style-type: none"> - начальное знакомство с направлениями профессиональной деятельности учёт особенностей ОВЗ при планировании учебного процесса; - ориентация в проблематике направления, в типовых постановках задач, типовых подходах и методах решения задач с учётом особенностей ОВЗ; - выбор направления и задачи для реализации (темы проекта) при индивидуальной траектории обучения с учётом особенностей ОВЗ; - получение первичных навыков в самостоятельном планировании и организации своего труда, определении и исполнении обязательств по срокам работы с учётом особенностей ОВЗ; - освоение современных технологий презентации и публичных выступлений (учёт особенностей ОВЗ).
------	--

2. Место дисциплины в структуре ООП

Цикл (раздел) ООП: **ФТД.В**

3. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

УК-6	Способен определять и реализовывать приоритеты собственной деятельности и способы ее совершенствования на основе самооценки
------	---

В результате освоения дисциплины обучающийся должен


3.1.	Знать:
3.1.1.	основные принципы работы в коллективе; правила толерантного, бесконфликтного общения с учетом социально-культурных, этнических и конфессиональных различий сотрудников.
3.2.	Уметь:
3.2.1.	строить отношения в коллективе с учётом социально-культурного, этнического и конфессионального окружения; адекватно реагировать на возникающие в профессиональной деятельности ситуации в соответствии с коммуникативно-речевой ситуацией.
3.3.	Иметь навыки и (или) опыт деятельности (владеть):
3.3.1.	обладает навыками организации и взаимодействия с коллективом с учётом социально-культурного, этнического и конфессионального окружения.

4. Структура и содержание дисциплины

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 1. Раздел 1 Знакомство с направлениями профессиональной деятельности, содержанием профессиональной деятельности с учётом особенностей ОВЗ						
1.1.	Предмет и содержание курса. Ориентация в профессии с учётом особенностей ОВЗ.	Лекции	1	2	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
1.2.	История становления профессии.	Лекции	1	2	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1

Код занятия	Наименование разделов и тем	Вид занятия	Семестр	Часов	Компетенции	Литература
Раздел 2. Раздел 2. Подготовка доклада по направлениям профессиональной деятельности и освоение техники публичных выступлений и подготовки эффективных презентаций с учётом особенностей ОВЗ.						
2.1.	Подготовка к выступлению. Разработка плана выступления	Лекции	1	2	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.2.	Подготовка к выступлению. Выступление с презентацией	Практические	1	2	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
2.3.	Ответы на вопросы. Работа с аудиторией. Завершение выступления.	Сам. работа	1	18	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
Раздел 3. Раздел 3. Анализ полученного опыта и результата своих действий.						
3.1.	Профдиагностика	Практические	1	2	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.2.	Консультирование	Практические	1	2	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1
3.3.	Тренинг «Формирование базовых компетенций». Индивидуальные творческие задания («Путь к успеху», «Моя карьера через 2,5,10 лет»). Я будущий мастер своего дела- привлечение в качестве волонтеров при проведении дня кафедры.	Сам. работа	1	78	УК-6	Л2.1, Л2.2, Л1.1

5. Фонд оценочных средств

5.1. Контрольные вопросы и задания для проведения текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины
См.приложение
5.2. Темы письменных работ для проведения текущего контроля (эссе, рефераты, курсовые работы и др.)
См.приложение
5.3. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации
См.приложение
Приложения
Приложение 1.  ФОС Введение в ПД медиа_202_МАГ.docx

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Рекомендуемая литература				
6.1.1. Основная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л1.1	Шаймиева, Э.Ш.	Введение в специальность : учебное пособие	Казань : Познание, 2019	http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=257831
6.1.2. Дополнительная литература				
	Авторы	Заглавие	Издательство, год	Эл. адрес
Л2.1	Обухов, Алексей Сергеевич	Введение в профессию: психолог образования: учеб. и практикум	М. : Юрайт, 2019	https://www.biblio-online.ru/bcode/432773
Л2.2	сост.: Я. К. Смирнова, Л. Д. Демина	Введение в профессию: учеб. пособие	АлтГУ, 2017	http://elibrary.asu.ru/handle/asu/3509
6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"				
	Название	Эл. адрес		
Э1	полнотекстовые базы данных: Национальный цифровой ресурс Руконт	[http://www.rucont.ru/] .		
Э2	ЭБС «Юрайт»	[http://www.biblio-online.ru/]		
Э3	Ресурс Цифровые учебные материалы.	[http://abc.vvsu.ru/]		
Э4	курс "Введение в профессиональную деятельность"	https://portal.edu.asu.ru/course/view.php?id=7297		
6.3. Перечень программного обеспечения				
Microsoft Office, Microsoft Windows 7-Zip AcrobatReader				
6.4. Перечень информационных справочных систем				
Информационно-правовой портал «Гарант» (http://garant.ru) «КонсультантПлюс» (http://consultant.ru) Электронная база данных «Scopus» (http://www.scopus.com) Электронная библиотечная система Алтайского государственного университета (http://elibrary.asu.ru/) Научная электронная библиотека eLibrary (http://elibrary.ru)				

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Аудитория	Назначение	Оборудование
119Л	абонемент и читальный зал научной литературы фен – помещение для самостоятельной работы	Учебная мебель на 44 посадочных места; компьютер; ноутбуки с подключением к информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», доступом в электронную

Аудитория	Назначение	Оборудование
		информационно-образовательную среду АлтГУ
106Л	помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования	Стеллажи – 3 шт. осциллограф, паяльная станция, источник тока, переносные ноутбуки
108М	лаборатория информационных технологий - компьютерный класс – учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических); групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации	Учебная мебель на 13 посадочных мест; рабочее место преподавателя; доска магнитно-маркерная; интерактивная доска: SMART Board – 1 ед.; персональные компьютеры: NAIO Corp Z520 – 13 ед.
Учебная аудитория	для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа (лабораторных и(или) практических), групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, курсового проектирования (выполнения курсовых работ), проведения практик	Стандартное оборудование (учебная мебель для обучающихся, рабочее место преподавателя, доска, мультимедийное оборудование стационарное или переносное)

8. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

В образовательном процессе рекомендуется использование социально-активных и рефлексивных методов обучения, технологий социокультурной реабилитации с целью оказания помощи не только в усвоении образовательной программы, но и в становлении полноценных межличностных отношений в коллективе, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

8.1 Методические указания обучающимся к лекциям:

В ходе лекционных занятий необходимо вести конспектирование учебного материала. Конспектирование лекций – сложный вид вузовской аудиторной работы, предполагающий интенсивную умственную деятельность студента.

В процессе конспектирования не следует записывать дословно всю лекцию. Целесообразно вначале понять основную мысль, излагаемую лектором, а затем записать ее. Желательно запись осуществлять, оставляя поля, на которых позднее, при самостоятельной работе с конспектом, можно сделать дополнительные записи, отметить непонятные места.

Конспект лекции лучше подразделять на пункты, соблюдая красную строку. Этому в большой степени будут способствовать вопросы плана лекции, предложенные преподавателям. Следует обращать внимание на акценты, выводы, которые делает лектор, отмечая наиболее важные моменты в лекционном материале замечаниями «важно», «хорошо запомнить» и т.п. Можно делать это и с помощью разноцветных маркеров или ручек, подчеркивая термины и определения.

Целесообразно разработать собственную систему сокращений, аббревиатур и символов общераспространенных слов и выражений. Специфичные термины и их сокращения преподавателем будут акцентированы преподавателем дополнительно.

Работа над конспектом лекции по дисциплине «Введение в профессию» не заканчивается в лекционной аудитории, а продолжается студентом дома, при этом обучающийся повторяет содержание лекционного материала, знакомится с рекомендованной литературой, делает себе пометки в тексте лекции, или продолжает конспект.

Работая над конспектом лекций, всегда необходимо использовать не только учебник, но и ту литературу, которую дополнительно рекомендовал лектор. Именно такая серьезная, кропотливая работа с лекционным материалом позволит глубоко овладеть теоретическим материалом.

8.2. Методические указания обучающимся при подготовке к семинарам, практическим занятиям

Планы семинарских занятий, их тематика, рекомендуемая литература, цель и задачи ее изучения сообщаются преподавателем на вводных занятиях или в методических указаниях по дисциплине.

Подготовка студентов к семинарскому занятию включает 2 этапа:

1) организационный;

2) закрепление и углубление теоретических знаний.

На первом этапе студент планирует свою самостоятельную работу, которая включает:

- уяснение задания на самостоятельную работу;
- подбор рекомендованной литературы;
- составление плана работы, в котором определяются основные пункты предстоящей подготовки.

Составление плана дисциплинирует и повышает организованность в работе.

Второй этап включает непосредственную подготовку студента к занятию. Начинать надо с изучения рекомендованной литературы. Необходимо помнить, что на лекции обычно рассматривается не весь материал, а только его часть. Остальная его часть восполняется в процессе самостоятельной работы. В связи с этим работа с рекомендованной литературой обязательна. Особое внимание при этом необходимо обратить на содержание основных положений и выводов, объяснение явлений и фактов, уяснение практического приложения рассматриваемых теоретических вопросов. В процессе этой работы студент должен стремиться понять и запомнить основные положения рассматриваемого материала, примеры, поясняющие его, а также разобраться в иллюстративном материале.

Заканчивать подготовку следует составлением плана (конспекта) по изучаемому материалу (вопросу).

Это позволяет составить концентрированное, сжатое представление по изучаемым вопросам.

В процессе подготовки к занятиям рекомендуется взаимное обсуждение материала, во время которого закрепляются знания, а также приобретает практика в изложении и разъяснении полученных знаний, развивается речь.

При необходимости следует обращаться за консультацией к преподавателю. Идя на консультацию, необходимо хорошо продумать вопросы, которые требуют разъяснения.

На семинаре каждый его участник должен быть готовым к выступлению по всем поставленным в плане вопросам, проявлять максимальную активность при их рассмотрении. Выступление должно строиться свободно, убедительно и аргументировано. Преподаватель следит, чтобы выступление не сводилось к репродуктивному уровню (простому воспроизведению текста), не допускается и простое чтение конспекта. Необходимо, чтобы выступающий проявлял собственное отношение к тому, о чем он говорит, высказывал свое личное мнение, понимание, обосновывал его и мог сделать правильные выводы из сказанного. При этом студент может обращаться к записям конспекта и лекций, непосредственно к первоисточникам.

На семинаре студенты ведут конспект. Конспект – это систематизированное, логичное изложение материала источника. Различаются четыре типа конспектов:

- План-конспект – это развернутый детализированный план, в котором достаточно подробные записи приводятся по тем пунктам плана, которые нуждаются в пояснении.
- Текстуальный конспект – это воспроизведение наиболее важных положений и фактов источника.
- Свободный конспект – это четко и кратко сформулированные (изложенные) основные положения в результате глубокого осмысливания материала. В нем могут присутствовать выписки, цитаты, тезисы; часть материала может быть представлена планом.
- Тематический конспект – составляется на основе изучения ряда источников и дает более или менее исчерпывающий ответ по какой-то схеме (вопросу).
- В заключение преподаватель, как руководитель семинара, подводит итоги семинара. Он может (выборочно) проверить конспекты студентов и, если потребуется, внести в них исправления и дополнения.

8.5. Методические указания обучающимся для организации самостоятельной работы

Основной формой самостоятельной работы обучающихся является изучение конспекта лекций, их дополнение рекомендованной литературой, активное участие на семинарах и подготовка докладов и презентаций по основным проблемам дисциплины.

Основой самостоятельной работы студентов является работа с рекомендованной литературой. Список основной и дополнительной литературы под дисциплине приведен в РПД

Изучение дисциплины следует начинать с проработки РПД, особое внимание, уделяя целям и задачам, структуре и содержанию курса.

Правила самостоятельной работы с литературой

- Составить перечень книг, с которыми Вам следует познакомиться;
- Перечень книг должен быть систематизированным (что необходимо для обязательного прочтения, что пригодится для написания рефератов, а что может расширить Вашу общую культуру и т.д.).
- Не пытайтесь читать быстро, вынужденное скорочтение не только не способствует качеству чтения, но и не приносит чувства удовлетворения, которое мы получаем, размышляя о прочитанном.

8.6. Методические указания обучающимся при оформлении реферата.

Подготовка рефератов направлена на развитие и закрепление у студентов навыков самостоятельного

глубокого, творческого и всестороннего анализа научной, методической и другой литературы по актуальным проблемам дисциплины; на выработку навыков и умений грамотно и убедительно излагать материал, четко формулировать теоретические обобщения, выводы и практические рекомендации. Рефераты должны отвечать высоким квалификационным требованиям в отношении научности содержания и оформления.

Темы рефератов, как правило, посвящены рассмотрению одной проблемы. Объем реферата может быть от 12 до 15 страниц машинописного текста, отпечатанного через 1,5 интервала, а на компьютере через 1 интервал (список литературы и приложения в объем не входят).

Текстовая часть работы состоит из введения, основной части и заключения.

Во введении студент кратко обосновывает актуальность избранной темы реферата, раскрывает конкретные цели и задачи, которые он собирается решить в ходе своего небольшого исследования.

В основной части подробно раскрывается содержание вопроса (вопросов) темы.

В заключении кратко должны быть сформулированы полученные результаты исследования и даны выводы. Кроме того, заключение может включать предложения автора, в том числе и по дальнейшему изучению заинтересовавшей его проблемы.

В список литературы (источников и литературы) студент включает только те документы, которые он использовал при написании реферата.

В приложениях (приложения) к реферату могут выноситься таблицы, графики, схемы и другие вспомогательные материалы, на которые имеются ссылки в тексте реферата.

8.7. Методические указания обучающимся при оформлении отчета.

Отчет пишется в компьютерном варианте. Номера листов заполняются в верхнем правом углу. Поля: сверху и снизу – 2-2,5 см, слева – 2,5-3 см, справа – 1-1,5 см. Шрифт Times New Roman-14 п., межстрочный интервал – 1,5.

Каждый отчет начинается с титульного листа. Сверху в нем указаны принадлежность студента к учебному заведению, факультету, кафедре. В центре листа указывается название изучаемого курса, номер и название выполняемого задания. Ниже и справа указывается фамилия И.О. студента, номер академической группы. Внизу титульного листа указывается год выполнения работы.

Структура отчета о выполнении работы:

1. Формулировка проблемы, цели и задач работы.
2. Описание процедуры выполнения задания: описание самого задания, сведения об участвующих в данном задании лиц, описание результатов (по форме, указанной в задании).
3. Обсуждение результатов и выводы по каждому заданию, которые должны соответствовать его целям и задачам. Выводы должны быть короткими и конкретными.