

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

Рабочая программа дисциплины

Медиапроект

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

Москва
2024

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-1
Профессиональные	-	ПК-2
Профессиональные	-	ПК-3
Профессиональные	-	ПК-4
Профессиональные	-	ПК-5
Профессиональные	-	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-7
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен создавать медиаконтент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося отечественного и международного опыта	ПК-1.1. создает, обрабатывает, компонует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах ПК-1.2. осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение) ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников ПК 1.4 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2	Способен создавать медиатексты, предназначенные для публичного распространения, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК 2.1 Знает систему русского языка, ее основные единицы и законы их функционирования в языке и речи, необходимые для создания медиатекстов различной тематической и жанровой направленности. ПК-2.2. Способен находить общественно значимую тему и рассматривать ее в контексте масштабной проблемы. ПК-2.3. Умеет использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации. ПК-2.4. Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения.

		ПК-2.5. Способен соблюдать на всех этапах работы над текстом этические нормы международных и отечественных профессиональных кодексов.
ПК-3	Способен обрабатывать и форматировать контент в соответствии с задачами и спецификой реализуемого медиакоммуникационного проекта	ПК-3.1. Способен осуществлять редакторскую деятельность, основываясь на знании технологических особенностей различных медиаплатформ ПК-3.2. Владеет навыками фактчекинга при редактировании медиатекста. ПК-3.3. Владеет основами редакционного менеджмента в создании медиатекстов. ПК-3.4. Способен участвовать в планировании и координировании процесса создания медиа текстов.
ПК-4	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа	ПК- 4.1 Способен осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами. ПК 4.2 Владеет навыками применения цифровых технологий обработки текста.
ПК-5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3 Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК-6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1 Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетинговокоммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетинговокоммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства

ПК-7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического процесса создания медиапроектов. ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов. ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом. ПК-8.4. использует соответствующие технические средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

3. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

3.1. Описание планируемых результатов обучения по дисциплине

Планируемые результаты обучения по дисциплине представлены дескрипторами (знания, умения, навыки).

Дескрипторы по дисциплине	Знать	Уметь	Владеть
Код компетенции	ПК-1		
	Создавать медиапроект, ориентируясь на	Находить актуальные темы для медиапроекта	Навыками создания медиаконтента,

	запросы аудитории		
Код компетенции	ПК-2		
	основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации.	Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения.
Код компетенции	ПК-3		
	- технологии подготовки медиатекста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК-4		
	Основные принципы подготовки медиапродукта к выпуску	осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами.	навыками применения цифровых технологий обработки текста.
Код компетенции	ПК-5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с помощью различных мультимедийных форматов	- навыками работы с применением современных редакционных технологий
Код компетенции	ПК-6		

	- основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний	- планировать интегрированные маркетингово-коммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства	- навыками создания интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
Код компетенции	ПК-7		
	- основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой	-координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций	-навыками коммуникации при взаимодействии с внешней средой
Код компетенции	ПК-8		
	- знать основные этапы производственного процесса и технического процесса создания мультимедийных проектов	- создавать визуальный контент для журналистских и медиапродуктов	- навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом
Код компетенции	ПК-9		
	как совместно с дизайнерами, программистами и специалистами в сфере информационных технологий создавать медиапродукты разных форматов	- разрабатывать концепции технологий	- навыками проектирования информационных и программных продуктов

4. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Дисциплина относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана ОПОП. Данная дисциплина взаимосвязана с другими дисциплинами, такими как «Форматы мультимедиа», «Особенности работы конвергентной редакции», «Новые принципы новостей в условиях конвергенции».

В рамках освоения программы бакалавриата выпускники готовятся к решению задач профессиональной деятельности следующих типов: авторский, редакторский, проектный, маркетинговый, организационный, технологический.

Профиль (направленность) программы установлена путем её ориентации на сферу профессиональной деятельности выпускников: Продюсирование цифрового контента.

5. Объем дисциплины

<i>Виды учебной работы</i>	<i>Формы обучения</i>	
	<i>Очная</i>	<i>Заочная</i>
Общая трудоемкость: зачетные единицы/часы	12/432	12/432
Контактная работа:	90	48
Занятия лекционного типа		16
Занятия семинарского типа	90	32
Промежуточная аттестация: зачет, экзамен	9,3	21
Самостоятельная работа (СРС)	332,7	363

6. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам / разделам с указанием отведенного на них количества академических часов и видов учебных занятий

6.1. Распределение часов по разделам/темам и видам работы

6.1.1. Очная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Само стоят ельн ая работ а
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е занят ия	Практ ические заняти я	Сем и нар ы	Лаб орато рные раб.	Иные заняти я	
1.	Медиапроект и его особенности	6			6			42
2.	Аудитория медиапроекта	6			6			42
3.	Этапа работы над медиапроектом	6			6			42
4.	Тема, идея и актуальность медиапроекта	6			6			42
5.	Концепция медиапроекта	6			6			42
6.	Пилотная версия медиапроекта	5			5			42
7.	Форматы организационная структура медиапроекта	5			5			42
8.	Реализация медиапроекта и способы его продвижения	5			5			38,7
	Промежуточная аттестация	9,3						
	Итого	45			45			332,7

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/ п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						
		Контактная работа						Само стоят ельн ая работ а
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекци и	Иные учебны е занят ия	Практ ические заняти я	Сем и нар ы	Лабо рато рные раб. я	Иные заняти я	
1.	Медиапроект и его особенности	2			4			45
2.	Аудитория медиапроекта	2			4			45
3.	Этапа работы над медиапроектом	2			4			45
4.	Тема, идея и актуальность медиапроекта	2			4			45
5.	Концепция медиапроекта	2			4			45
6.	Пилотная версия медиапроекта	2			4			45
7.	Форматы организационная структура медиапроекта	2			4			45
8.	Реализация медиапроекта и способы его продвижения	2			4			48
	Промежуточная аттестация	21						
	Итого	16			32			363

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Медиапроект и его особенности	Медиапроект. Спецпроект. Анализ современных медиапроектов. Понятие и структура медиапроекта. Основные сегменты и формы медиапроекта. Платформы медиапроекта.
2.	Аудитория медиапроекта	Аудитория массмедийного проекта.
3.	Этапа работы над медиапроектом	Подстройка содержания проекта к целевой аудитории. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И.В. Кирия). Метод координат в определении содержания проекта и управлении им. Способы фиксации содержания медиапроекта. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты

4.	Тема, идея и актуальность медиапроекта	Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.). Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.
5.	Концепция медиапроекта	Разработка концепции медиапроекта. Разработка бизнес-плана медиапроекта. Составление схемы брендинга медиапроекта. Разработка маркетингового пакета для рекламодателя. Создание прайс-листа медиапроекта.
6.	Пилотная версия медиапроекта	Разработка общей коммуникационной стратегии и разбивка ее на этапы. Особенности менеджмента на этапе стартапа. "Безаудиторные" пилотные версии. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию.
7.	Форматы организационная структура медиапроекта	Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта. Определение взаимосвязи операций. Проектирование взаимодействия подразделений. Ньюсрум. Инструменты удаленного взаимодействия. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей. Четырехстадийная модель создания проектной команды. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепцию, как часть организационной модели медиапроекта.
8.	Реализация медиапроекта и способы его продвижения	Маркетинговое позиционирование медиапроекта. Модели распространения бесплатного медиапродукта. Модели распространения платного медиапродукта. Модели продвижения медиапродукта. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение. Мультимедиаинструменты, используемые для продвижения медиапроектов: социальные сети, YouTube и др.

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Медиапроект и его особенности	Медиапроект. Спецпроект. Анализ современных медиапроектов. Понятие и структура медиапроекта. Основные сегменты и формы медиапроекта. Платформы медиапроекта.

2.	Аудитория медиапроекта	Аудитория массмедийного проекта.
3.	Этапа работы над медиапроектом	Подстройка содержания проекта к целевой аудитории. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И.В. Кирия). Метод координат в определении содержания проекта и управлении им. Способы фиксации содержания медиапроекта. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты
4.	Тема, идея и актуальность медиапроекта	Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.). Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.
5.	Концепция медиапроекта	Разработка концепции медиапроекта. Разработка бизнес-плана медиапроекта. Составление схемы брендинга медиапроекта. Разработка маркетингового пакета для рекламодателя. Создание прайс-листа медиапроекта.
6.	Пилотная версия медиапроекта	Разработка общей коммуникационной стратегии и разбивка ее на этапы. Особенности менеджмента на этапе стартапа. "Безаудиторные" пилотные версии. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию.
7.	Форматы организационная структура медиапроекта	Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта. Определение взаимосвязи операций. Проектирование взаимодействия подразделений. Ньюсрум. Инструменты удаленного взаимодействия. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей. Четырехстадийная модель создания проектной команды. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепцию, как часть организационной модели медиапроекта.
8.	Реализация медиапроекта и способы его продвижения	Маркетинговое позиционирование медиапроекта. Модели распространения бесплатного медиапродукта. Модели распространения платного медиапродукта. Модели продвижения медиапродукта. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение. Мультимедиаинструменты, используемые для продвижения медиапроектов: социальные сети, YouTube и др.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Медиапроект и его особенности	Медиапроект. Спецпроект. Анализ современных медиапроектов. Понятие и структура медиапроекта. Основные сегменты и формы медиапроекта. Платформы медиапроекта.
2.	Аудитория медиапроекта	Аудитория массмедийного проекта.
3.	Этапа работы над медиапроектом	Подстройка содержания проекта к целевой аудитории. Конструктивистский подход к медиамаркетингу (И.В. Кирия). Метод координат в определении содержания проекта и управлении им. Способы фиксации содержания медиапроекта. Взаимодействие с заказчиком: модель Кано и другие инструменты
4.	Тема, идея и актуальность медиапроекта	Этапы генерации и отбора идей в медиапроектировании. Приемы аналогии, визуализации, упрощения. Разработка замысла и его проверка. Мозговой штурм, метод Дельфи, фейнмановская техника в медиапроектировании. Сегментирование аудитории и поиск информационной ниши. Использование исследований профессиональных медиаизмерителей (TNS Gallup Media и т.д.). Исследования, направленные на изучение и уточнение целевой аудитории медиапроекта.
5.	Концепция медиапроекта	Разработка концепции медиапроекта. Разработка бизнес-плана медиапроекта. Составление схемы брендинга медиапроекта. Разработка маркетингового пакета для рекламодателя. Создание прайс-листа медиапроекта.
6.	Пилотная версия медиапроекта	Разработка общей коммуникационной стратегии и разбивка ее на этапы. Особенности менеджмента на этапе стартапа. "Безаудиторные" пилотные версии. Фокус-группы как метод изучения реакции целевой аудитории. Пилотные версии, направленные на ограниченную аудиторию. Пилотные версии, направленные на полную аудиторию.
7.	Форматы организационная структура медиапроекта	Создание организационной модели проекта. Типовые организационные схемы проекта. Определение взаимосвязи операций. Проектирование взаимодействия подразделений. Ньюсрум. Инструменты удаленного взаимодействия. Проектирование штатного расписания и распределения обязанностей. Четырехстадийная модель создания проектной команды. Принципы встраивания медиапроекта в структуру компании. Устав проекта и другие документы, закрепляющие концепцию, как часть организационной модели медиапроекта.

8.	Реализация медиапроекта и способы его продвижения	Маркетинговое позиционирование медиапроекта. Модели распространения бесплатного медиапродукта. Модели распространения платного медиапродукта. Модели продвижения медиапродукта. Достижение целевой аудитории через распространение и продвижение. Мультимедиаинструменты, используемые для продвижения медиапроектов: социальные сети, YouTube и др.
----	---	--

7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (модулю)

Предусмотрены следующие виды контроля качества освоения конкретной дисциплины:

- текущий контроль успеваемости
- промежуточная аттестация обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен в **ПРИЛОЖЕНИИ** к РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Текущий контроль успеваемости обеспечивает оценивание хода освоения дисциплины в процессе обучения.

7.1. Паспорт фонда оценочных средств для проведения текущей аттестации по дисциплине (модулю)

№ п/п	Контролируемые разделы (темы)	Наименование оценочного средства
1.	Медиапроект и его особенности	Опрос, исследовательский проект, задание к интерактивному занятию.
2.	Аудитория медиапроекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, исследовательский проект, тестирование
3.	Этапа работы над медиапроектом	Опрос, ситуационная задача, задание к интерактивному занятию, творческий проект.
4.	Тема, идея и актуальность медиапроекта	Опрос, проблемно-аналитическое задание, информационный проект, творческий проект.
5.	Концепция медиапроекта	Опрос, ситуационная задача, информационный проект, творческий проект, тестирование.
6.	Пилотная версия медиапроекта	Опрос, ситуационная задача, задание к интерактивному занятию.
7.	Форматы организационная структура медиапроекта	Опрос, исследовательский проект, задание к интерактивному занятию.
8.	Реализация медиапроекта и способы его продвижения	Опрос, тестирование.

7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности в процессе текущего контроля

Типовые вопросы

1. Понятие информации как отраслевого продукта.

2. Особенности формата массмедиа как производственного стандарта.
3. Понятие и структура медиапроекта.
4. Основные сегменты и формы медиапроекта.
5. Специфика разработки концепции медиапроекта.
6. Определение целевой аудитории медиапроекта.
7. Виды платформ медиапроекта.
8. Методики моделирования бизнес-процессов.
9. Работа со СМИ как платформой для распространения медиапроекта.
10. Стадии разработки и создания медиапроекта.
11. Концепция и брендинг медиапроекта.
12. Технологии производства медиапроекта.
13. «Интегральная компетенция» в медиапроекте.

Типовые ситуационные задачи

Ситуация 1

Проанализировать в группе выбранное СМИ за 1-2 дня и составить выборку: на основании каких именно источников информации созданы в нем заметки/статьи/сюжеты. Ранжировать - какие источники встречаются чаще или реже.

Ситуация 2

Написать на основе полученных пресс-релизов заметки на 1000-1500 знаков. Указать, чем еще автор мог бы дополнить заметку.

Ситуация 3

Написать на основе полученных пресс-релизов заметки на 1500-2000 знаков, самостоятельно проделав работу по уточнению фактов.

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Форматы медиапроектов
2. Визуальное оформление медиапроектов
3. Продвижение медиапроекта
4. Аудитория медиапроекта
5. Платформы для реализации медиапроекта

Информационный проект

1. Поиск и формулирование актуальных тем.
2. Разработка концепции медиапроекта.
3. Законы драматургии при подготовке медиапроекта.
4. Основные этапы подготовки медиапроекта.
5. Виды источников информации.

Творческое задание (с элементами эссе)

Напишите эссе на тему: «Медиапроект на социальную тематику».

Типовые задания к интерактивным занятиям

Название темы: Перепроверка и уточнение информации.

Вопросы к теме:

1. На основании реальных пресс-релизов, сообщений и пр. учимся уточнять и

перепроверять информацию в различных сферах: ЖКХ, криминал, экономика, бизнес, недвижимость и т.д.

2. Задача занятия: выработать понимание, куда нужно звонить, чтобы оперативно получить дополнительные сведения.

3. Как реагировать на "У нас же написано в пресс-релизе" и "Обратитесь к пресс-секретарю".

Типовые тесты

1. Направление, идейно-творческая концепция ведения проблемно-тематических линий, характер разработки которых определяется социальной позицией и воплощается в совокупности принятых форм реализации программы – это:

- а) информационная кампания;
- б) формат;
- в) информационная политика;

2. В редакции окончательные решения в отношении производства и выпуска СМИ принимает:

- а) собственник СМИ;
- б) генеральный директор;
- в) учредитель;
- г) главный редактор.

3. Планирование работы редакции на месяц называется:

- а) краткосрочным;
- б) долгосрочным;
- в) оперативным;
- г) среднесрочным.

4. Интерактивность в интернет-СМИ проявляется:

- а) в возможности незамедлительной обратной связи;
- б) в сопровождении сообщений звуковыми файлами и видеорядами;
- в) в доступе к уточняющей информации при помощи гиперссылок;
- г) в возможности обратиться к сообщению повторно в любое время.

5. Отметьте лишний принцип редакционной структуры:

- а) принцип разделения труда;
- б) принцип кооперирования труда;
- в) принцип единоначалия;
- г) принцип самостоятельности.

6. Автор модели коммуникации, в которой коммуникационное действие раскрывается по мере ответа на вопросы: кто? Сообщает что? по какому каналу? кому? с каким эффектом?

- а) Г. Лассуэлл,
- б) М. Маклюэн,
- в) Дж. Гербнер,
- г) К. Шеннон.

7. При этом тираже СМИ может не получать государственную регистрацию:

- а) до 500 экземпляров;
- б) до 1000 экземпляров;
- в) до 1001 экземпляров;
- г) до 100 экземпляров.

8. Информационное пространство – это:

- а) содержательная составляющая любого СМИ;
- б) пространство, сформированное сетью Интернет;

- в) пространство, в котором создается, перемещается и потребляется информация;
- г) мультимедийный ньюсрум.

9. Выберите самое широкое из представленных понятий:

- а) массовые информационные потоки;
- б) социальная информация;
- в) массовая информация;
- г) тематическая информация.

10. «Кризис вторичности» в среде онлайн-медиа – это:

- а) стремление к сенсационности;
- б) недоступность интернет-изданий;
- в) обезличивание информации, острый дефицит авторских материалов,
- г) дефицит информационных материалов.

7.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

Все задания, используемые для текущего контроля формирования компетенций, условно можно разделить на две группы:

1. задания, которые в силу своих особенностей могут быть реализованы только в процессе обучения на занятиях (например, дискуссия, круглый стол, диспут, мини-конференция);
2. задания, которые дополняют теоретические вопросы (практические задания, проблемно-аналитические задания, тест).

Выполнение всех заданий является необходимым для формирования и контроля знаний, умений и навыков. Поэтому, в случае невыполнения заданий в процессе обучения, их необходимо «отработать» до зачета (экзамена). Вид заданий, которые необходимо выполнить для ликвидации «задолженности» определяется в индивидуальном порядке, с учетом причин невыполнения.

1. Требование к теоретическому устному ответу

Оценка знаний предполагает дифференцированный подход к студенту, учет его индивидуальных способностей, степень усвоения и систематизации основных понятий и категорий по дисциплине. Кроме того, оценивается не только глубина знаний поставленных вопросов, но и умение использовать в ответе практический материал. Оценивается культура речи, владение навыками ораторского искусства.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала, использование профессиональных терминов, культура речи, навыки ораторского искусства. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда материал излагается исчерпывающе, последовательно, грамотно и логически стройно, при этом раскрываются не только основные понятия, но и анализируются точки зрения различных авторов. Обучающийся не затрудняется с ответом, соблюдает культуру речи.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но при ответе на вопрос допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные

формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

2. Творческие задания

Эссе – это небольшая по объему письменная работа, сочетающая свободные, субъективные рассуждения по определенной теме с элементами научного анализа. Текст должен быть легко читаем, но необходимо избегать нарочито разговорного стиля, сленга, шаблонных фраз. Объем эссе составляет примерно 2 – 2,5 стр. 12 шрифтом с одинарным интервалом (без учета титульного листа).

Критерии оценивания - оценка учитывает соблюдение жанровой специфики эссе, наличие логической структуры построения текста, наличие авторской позиции, ее научность и связь с современным пониманием вопроса, адекватность аргументов, стиль изложения, оформление работы. Следует помнить, что прямое заимствование (без оформления цитат) текста из Интернета или электронной библиотеки недопустимо.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; адекватность аргументов при обосновании личной позиции, стиль изложения.

Оценка *«хорошо»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение с выводами, полученными в результате рассуждения); но не прослеживается наличие четко определенной личной позиции по теме эссе; не достаточно аргументов при обосновании личной позиции

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, когда в целом определяется: наличие логической структуры построения текста (вступление с постановкой проблемы; основная часть, разделенная по основным идеям; заключение). Но не прослеживаются четкие выводы, нарушается стиль изложения

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если не выполнены никакие требования

3. Требование к решению ситуационной, проблемной задачи (кейс-измерители)

Студент должен уметь выделить основные положения из текста задачи, которые требуют анализа и служат условиями решения. Исходя из поставленного вопроса в задаче, попытаться максимально точно определить проблему и соответственно решить ее.

Задачи должны решаться студентами письменно. При решении задач также важно правильно сформулировать и записать вопросы, начиная с более общих и, кончая частными.

Критерии оценивания – оценка учитывает методы и средства, использованные при решении ситуационной, проблемной задачи.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся выполнил задание (решил задачу), используя в полном объеме теоретические знания и практические навыки, полученные в процессе обучения.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся в целом выполнил все требования, но не совсем четко определяется опора на теоретические положения, изложенные в научной литературе по данному вопросу.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся показал положительные результаты в процессе решения задачи.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся не выполнил все требования.

4. Интерактивные задания

Необходимо разбиться на несколько команд, которые должны поочередно высказать свое мнение по каждому из заданных вопросов. Мнение высказывающейся команды засчитывается, если противоположная команда не опровергнет его контраргументами. Команда, чье мнение засчитано как верное (не получило убедительных контраргументов от противоположных команд), получает один балл. Команда, опровергнувшая мнение противоположной команды своими контраргументами, также получает один балл. Побеждает команда, получившая максимальное количество баллов.

Ролевая игра как правило имеет фабулу (ситуацию, казус), распределяются роли, подготовка осуществляется за 2-3 недели до проведения игры.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, выполнения всех критериев.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

5. Комплексное проблемно-аналитическое задание

Задание носит проблемно-аналитический характер и выполняется в три этапа. На первом из них необходимо ознакомиться со специальной литературой.

Целесообразно также повторить учебные материалы лекций и семинарских занятий по темам, в рамках которых предлагается выполнение данного задания.

На втором этапе выполнения работы необходимо сформулировать проблему и изложить авторскую версию ее решения, на основе полученной на первом этапе информации.

Третий этап работы заключается в формулировке собственной точки зрения по проблеме. Результат третьего этапа оформляется в виде аналитической записки (объем: 2-2,5 стр.; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерий оценивания - оценка учитывает: понимание проблемы, уровень раскрытия поставленной проблемы в плоскости теории изучаемой дисциплины, умение формулировать и аргументировано представлять собственную точку зрения, выполнение всех этапов работы.

Оценка *«отлично»* ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«хорошо»* ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка *«удовлетворительно»* ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка *«неудовлетворительно»* ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

6. Исследовательский проект

Исследовательский проект – проект, структура которого приближена к формату научного исследования и содержит доказательство актуальности избранной темы, определение научной проблемы, предмета и объекта исследования, целей и задач, методов, источников, историографии, обобщение результатов, выводы.

Результаты выполнения исследовательского проекта оформляется в виде реферата (объем: 12-15 страниц; 14 шрифт, 1,5 интервал).

Критерии оценивания - поскольку структура исследовательского проекта максимально приближена к формату научного исследования, то при выставлении учитывается доказательство актуальности темы исследования, определение научной проблемы, объекта и предмета исследования, целей и задач, источников, методов исследования, выдвижение гипотезы, обобщение результатов и формулирование выводов, обозначение перспектив дальнейшего исследования.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся демонстрирует полное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся демонстрирует значительное понимание проблемы, все требования, предъявляемые к заданию выполнены.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, демонстрирует частичное понимание проблемы, большинство требований, предъявляемых к заданию, выполнены

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся демонстрирует непонимание проблемы, многие требования, предъявляемые к заданию, не выполнены.

7. Информационный проект (презентация)

Информационный проект – проект, направленный на стимулирование учебно-познавательной деятельности студента с выраженной эвристической направленностью (поиск, отбор и систематизация информации об объекте, оформление ее для презентации). Итоговым продуктом проекта может быть письменный реферат, электронный реферат с иллюстрациями, слайд-шоу, мини-фильм, презентация и т.д.

Информационный проект отличается от исследовательского проекта, поскольку представляет собой такую форму учебно-познавательной деятельности, которая отличается ярко выраженной эвристической направленностью.

Критерии оценивания - при выставлении оценки учитывается самостоятельный поиск, отбор и систематизация информации, раскрытие вопроса (проблемы), ознакомление студенческой аудитории с этой информацией (представление информации), ее анализ и обобщение, оформление, полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда обучающийся полностью раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 5 профессиональных терминов, широко использует информационные технологии, ошибки в информации отсутствуют, дает полные ответы на вопросы аудитории с примерами.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся раскрывает вопрос (проблему), представляет информацию систематизировано, последовательно, логично, взаимосвязано, использует более 2 профессиональных терминов, достаточно использует информационные технологии, допускает не более 2 ошибок в изложении материала, дает полные или частично полные ответы на вопросы аудитории.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся, раскрывает вопрос (проблему) не полностью, представляет информацию не систематизировано и не совсем последовательно, использует 1-2 профессиональных термина, использует информационные технологии, допускает 3-4 ошибки в изложении материала, отвечает только на элементарные вопросы аудитории без пояснений.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если вопрос не раскрыт, представленная информация логически не связана, не используются профессиональные термины, допускает

более 4 ошибок в изложении материала, не отвечает на вопросы аудитории.

8. Дискуссионные процедуры

Круглый стол, дискуссия, полемика, диспут, дебаты, мини-конференции являются средствами, позволяющими включить обучающихся в процесс обсуждения спорного вопроса, проблемы и оценить их умение аргументировать собственную точку зрения. Задание дается заранее, определяется круг вопросов для обсуждения, группы участников этого обсуждения.

Дискуссионные процедуры могут быть использованы для того, чтобы студенты:

– лучше поняли усвояемый материал на фоне разнообразных позиций и мнений, не обязательно достигая общего мнения;

– смогли постичь смысл изучаемого материала, который иногда чувствуют интуитивно, но не могут высказать вербально, четко и ясно, или конструировать новый смысл, новую позицию;

– смогли согласовать свою позицию или действия относительно обсуждаемой проблемы.

Критерии оценивания – оцениваются действия всех участников группы. Понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Соответствие реальной действительности решений, выработанных в ходе игры. Владение терминологией, демонстрация владения учебным материалом по теме игры, владение методами аргументации, умение работать в группе (умение слушать, конструктивно вести беседу, убеждать, управлять временем, бесконфликтно общаться), достижение игровых целей, (соответствие роли – при ролевой игре). Ясность и стиль изложения.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда все требования выполнены в полном объеме.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия полностью соответствуют заданным целям. Решения, выработанные в ходе игры, полностью соответствуют реальной действительности. Но некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены нормы общения, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающиеся в целом демонстрируют понимание проблемы, высказывания и действия в целом соответствуют заданным целям. Однако, решения, выработанные в ходе игры, не совсем соответствуют реальной действительности. Некоторые объяснения не совсем аргументированы, нарушены временные рамки, нарушен стиль изложения.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающиеся не понимают проблему, их высказывания не соответствуют заданным целям.

9. Тестирование

Является одним из средств контроля знаний, обучающихся по дисциплине.

Критерии оценивания – правильный ответ на вопрос

Оценка «отлично» ставится в случае, если правильно выполнено 90-100% заданий

Оценка «хорошо» ставится, если правильно выполнено 70-89% заданий

Оценка «удовлетворительно» ставится в случае, если правильно выполнено 50-69% заданий.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если правильно выполнено менее 50% заданий.

10. Требование к письменному опросу (контрольной работе)

Оценивается не только глубина знаний, поставленных вопросов, но и умение изложить письменно.

Критерии оценивания: последовательность, полнота, логичность изложения, анализ различных точек зрения, самостоятельное обобщение материала. Изложение материала без фактических ошибок.

Оценка «отлично» ставится в случае, когда соблюдены все критерии.

Оценка «хорошо» ставится, если обучающийся твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, знает практическую базу, но допускает несущественные погрешности.

Оценка «удовлетворительно» ставится, если обучающийся освоил только основной материал, но не знает отдельных деталей, допускает неточности, недостаточно правильные формулировки, нарушает последовательность в изложении материала, затрудняется с ответами, показывает отсутствие должной связи между анализом, аргументацией и выводами.

Оценка «неудовлетворительно» ставится, если обучающийся не отвечает на поставленные вопросы.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

8.1. Основная учебная литература:

1. Мельникова, Н. А. Медиапланирование. Стратегическое и тактическое планирование рекламных кампаний / Н. А. Мельникова. — 3-е изд. — Москва: Дашков и К, Ай Пи Эр Медиа, 2020. — 178 с. — ISBN 978-5-394-03570-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/90235.html>

2. Бобров, А. А. Шаги в медиасферу. Выпуск учебных СМИ: учебное пособие / А. А. Бобров. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2022. — 163 с. — ISBN 978-5-4497-1778-8. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/123299.html>

3. Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование: учебное пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва: Ай Пи Ар Медиа, 2020. — 103 с. — ISBN 978-5-4497-0562-4. — Текст: электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART: [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/95334.html>

8.2. Дополнительная учебная литература:

1. Щепилова, Г. Г. Реклама в СМИ. История, технология, классификация: монография / Г. Г. Щепилова. — Москва: Московский государственный университет имени М.В. Ломоносова, 2010. — 464 с. — ISBN 978-5-211-05799-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/13154.html>.

2. Ушанов, П. В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations: учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов: Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 75 с. — ISBN 978-5-4486-0002-9. — Текст: электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS: [сайт]. — URL: <http://www.iprbookshop.ru/65718.html>

8.3. Периодические издания

1. История отечественных СМИ. ISSN 2541-9137. <http://www.journ.msu.ru/science/books/27474/>

2. МедиаАльманах. ISSN: 1992-4631. <http://mediaalmanah.ru/files/93/646.php>

3. Медиаскоп. ISSN 2074-8051. <http://www.mediascope.ru/>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет" (далее - сеть "Интернет"), необходимых для освоения дисциплины (модуля)

1. Федеральный портал «Российское образование». <http://www.edu.ru/> .

2. Федеральное хранилище «Единая коллекция цифровых образовательных ресурсов». <http://school-collection.edu.ru/> .

3. Интернет-портал «Союз журналистов России». <https://ruj.ru/> .

4. Интернет-журнал «ЖУРНАЛИСТИКА И МЕДИАРЫНОК». <http://www.jourmedia.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

Успешное освоение данного курса базируется на рациональном сочетании нескольких видов учебной деятельности – лекций, семинарских занятий, самостоятельной работы. При этом самостоятельную работу следует рассматривать одним из главных звеньев полноценного высшего образования, на которую отводится значительная часть учебного времени.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

Самостоятельная работа студентов складывается из следующих составляющих:

работа с основной и дополнительной литературой, с материалами интернета и конспектами лекций;

внеаудиторная подготовка к контрольным работам, выполнение докладов, рефератов и курсовых работ;

выполнение самостоятельных практических работ;

подготовка к экзаменам (зачетам) непосредственно перед ними.

Для правильной организации работы необходимо учитывать порядок изучения разделов курса, находящихся в строгой логической последовательности. Поэтому хорошее усвоение одной части дисциплины является предпосылкой для успешного перехода к следующей. Задания, проблемные вопросы, предложенные для изучения дисциплины, в том числе и для самостоятельного выполнения, носят междисциплинарный характер и базируются, прежде всего, на причинно-следственных связях между компонентами окружающего нас мира. В течение семестра, необходимо подготовить рефераты (проекты) с использованием рекомендуемой основной и дополнительной литературы и сдать рефераты для проверки преподавателю. Важным составляющим в изучении данного курса является решение ситуационных задач и работа над проблемно-аналитическими заданиями, что предполагает знание соответствующей научной терминологии и т.д.

Для лучшего запоминания материала целесообразно использовать индивидуальные особенности и разные виды памяти: зрительную, слуховую, ассоциативную. Успешному запоминанию также способствует приведение ярких свидетельств и наглядных примеров. Учебный материал должен постоянно повторяться и закрепляться.

При выполнении докладов, творческих, информационных, исследовательских проектов особое внимание следует обращать на подбор источников информации и методику работы с ними.

Для успешной сдачи экзамена (зачета) рекомендуется соблюдать следующие правила:

Подготовка к экзамену (зачету) должна проводиться систематически, в течение всего семестра.

Интенсивная подготовка должна начаться не позднее, чем за месяц до экзамена.

Время непосредственно перед экзаменом (зачетом) лучше использовать таким образом, чтобы оставить последний день свободным для повторения курса в целом, для систематизации материала и доработки отдельных вопросов.

На экзамене высокую оценку получают студенты, использующие данные, полученные в процессе выполнения самостоятельных работ, а также использующие собственные выводы на основе изученного материала.

Учитывая значительный объем теоретического материала, студентам рекомендуется регулярное посещение и подробное конспектирование лекций.

11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении

образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения и информационных справочных систем (при необходимости)

1. Microsoft Windows Server;
 2. Семейство ОС Microsoft Windows;
 3. Libre Office свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом;
 4. Информационно-справочная система: Система КонсультантПлюс (КонсультантПлюс);
 5. Информационно-правовое обеспечение Гарант: Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ» (Система ГАРАНТ);
 6. Электронная информационно-образовательная система ММУ: <https://elearn.mmu.ru/>
- Перечень используемого программного обеспечения указан в п.12 данной рабочей программы дисциплины.

12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине (модулю)

12.1. Учебная аудитория для проведения учебных занятий, предусмотренных программой бакалавриата, оснащенная оборудованием и техническими средствами обучения.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя, проектор, экран, колонки

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows 10, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom.

Подключение к сети «Интернет» и обеспечение доступа в электронную информационно-образовательную среду ММУ.

12.2. Помещение для самостоятельной работы обучающихся.

Специализированная мебель:

Комплект учебной мебели (стол, стул) по количеству обучающихся; комплект мебели для преподавателя; доска (маркерная).

Технические средства обучения:

Компьютер в сборе для преподавателя; компьютеры в сборе для обучающихся; колонки; проектор, экран.

Перечень лицензионного программного обеспечения, в том числе отечественного производства:

Windows Server 2016, Windows 10, Microsoft Office, КонсультантПлюс, Система ГАРАНТ, Kaspersky Endpoint Security.

Перечень свободно распространяемого программного обеспечения:

Adobe Acrobat Reader DC, Google Chrome, LibreOffice, Skype, Zoom, Gimp, Paint.net, AnyLogic, Inkscape.

13. Образовательные технологии, используемые при освоении дисциплины.

Для освоения дисциплины используются как традиционные формы занятий – лекции (типы лекций – установочная, вводная, текущая, заключительная, обзорная; виды лекций – проблемная, визуальная, лекция конференция, лекция консультация); и семинарские (практические) занятия, так и активные и интерактивные формы занятий - деловые и ролевые

игры, решение ситуационных задач и разбор конкретных ситуаций.

На учебных занятиях используются технические средства обучения мультимедийной аудитории: компьютер, монитор, колонки, настенный экран, проектор, микрофон, пакет программ Microsoft Office для демонстрации презентаций и медиафайлов, видеопроектор для демонстрации слайдов, видеосюжетов и др. Тестирование обучаемых может осуществляться с использованием компьютерного оборудования университета.

При реализации программы с применением ДОТ:

Все виды занятий проводятся в форме онлайн-вебинаров с использованием современных компьютерных технологий (наличие презентации и форума для обсуждения).

В процессе изучения дисциплины студенты выполняют практические задания и промежуточные тесты. Консультирование по изучаемым темам проводится в онлайн режиме во время проведения вебинаров и на форуме для консультаций.

13.1. В освоении учебной дисциплины используются следующие традиционные образовательные технологии:

- чтение проблемно-информационных лекций с использованием доски и видеоматериалов;
- семинарские занятия для обсуждения, дискуссий и обмена мнениями;
- контрольные опросы;
- консультации;
- самостоятельная работа студентов с учебной литературой и первоисточниками;
- подготовка и обсуждение рефератов (проектов), презентаций (научно-исследовательская работа);
- тестирование по основным темам дисциплины.

13.2. Активные и интерактивные методы и формы обучения

Из перечня видов: («мозговой штурм», анализ НПА, анализ проблемных ситуаций, анализ конкретных ситуаций, инциденты, имитация коллективной профессиональной деятельности, разыгрывание ролей, творческая работа, связанная с освоением дисциплины, ролевая игра, круглый стол, диспут, беседа, дискуссия, мини-конференция и др.) используются следующие:

- диспут
- анализ проблемных, творческих заданий, ситуационных задач
- ролевая игра;
- круглый стол;
- мини-конференция
- дискуссия
- беседа.

13.3. Особенности обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)

При организации обучения по дисциплине учитываются особенности организации взаимодействия с инвалидами и лицами с ограниченными возможностями здоровья (далее – инвалиды и лица с ОВЗ) с целью обеспечения их прав. При обучении учитываются особенности их психофизического развития, индивидуальные возможности и при необходимости обеспечивается коррекция нарушений развития и социальная адаптация указанных лиц.

Выбор методов обучения определяется содержанием обучения, уровнем методического и материально-технического обеспечения, особенностями восприятия учебной информации студентами-инвалидами и студентами с ограниченными возможностями здоровья и т.д. В образовательном процессе используются социально-активные и рефлексивные методы

обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе.

При обучении лиц с ограниченными возможностями здоровья электронное обучение и дистанционные образовательные технологии предусматривают возможность приема-передачи информации в доступных для них формах.

Обучающиеся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья обеспечены печатными и электронными образовательными ресурсами в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья.

**Автономная некоммерческая организация высшего образования
«МОСКОВСКИЙ МЕЖДУНАРОДНЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»**

**ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ
ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ
ПО ДИСЦИПЛИНЕ**

Медиапроект

<i>Направление подготовки</i>	Медиакоммуникации
<i>Код</i>	42.03.05
<i>Направленность (профиль)</i>	Продюсирование цифрового контента
<i>Квалификация выпускника</i>	бакалавр

1. Перечень кодов компетенций, формируемых дисциплиной в процессе освоения образовательной программы

Группа компетенций	Категория компетенций	Код
Профессиональные	-	ПК-1
Профессиональные	-	ПК-2
Профессиональные	-	ПК-3
Профессиональные	-	ПК-4
Профессиональные	-	ПК-5
Профессиональные	-	ПК-6
Профессиональные	-	ПК-7
Профессиональные	-	ПК-8
Профессиональные	-	ПК-9

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
ПК-1	Способен создавать медиаконтент для различных субъектов социальной и экономической деятельности с учетом их специфики и имеющегося отечественного и международного опыта	ПК-1.1. создает, обрабатывает, компонует информацию в различных средах и на различных носителях и платформах ПК-1.2. осуществляет распространение информации в различных средах и на различных носителях и платформах (размещение) ПК-1.3. Отбирает релевантную информацию из доступных источников ПК 1.4 Предлагает творческие решения с учетом имеющегося мирового и отечественного опыта
ПК-2	Способен создавать медиатексты, предназначенные для публичного распространения, руководствуясь правилами и нормами языка, функциональными стилями и адаптируя тексты для тех технологических каналов, по которым предполагается их распространение	ПК 2.1 Знает систему русского языка, ее основные единицы и законы их функционирования в языке и речи, необходимые для создания медиатекстов различной тематической и жанровой направленности. ПК-2.2. Способен находить общественно значимую тему и рассматривать ее в контексте масштабной проблемы. ПК-2.3. Умеет использовать при создании медиаконтента различные источники и методы получения информации. ПК-2.4. Владеет методами верификации информации, способен отличать факт от мнения. ПК-2.5. Способен соблюдать на всех этапах работы над текстом этические нормы международных и отечественных профессиональных кодексов.

ПК-3	Способен обрабатывать и форматировать контент в соответствии с задачами и спецификой реализуемого медиакоммуникационного проекта	ПК-3.1. Способен осуществлять редакторскую деятельность, основываясь на знании технологических особенностей различных медиаплатформ ПК-3.2. Владеет навыками фактчекинга при редактировании медиатекста. ПК-3.3. Владеет основами редакционного менеджмента в создании медиатекстов. ПК-3.4. Способен участвовать в планировании и координировании процесса создания медиа текстов.
ПК-4	Способен осуществлять редакторскую деятельность в соответствии с языковыми нормами, стандартами, форматами, жанрами, стилями, технологическими требованиями разных типов медиа	ПК- 4.1 Способен осуществлять редактирование медиатекстов разных жанров и форматов в соответствии с языковыми нормами. ПК 4.2 Владеет навыками применения цифровых технологий обработки текста.
ПК-5	Способен участвовать в проектной деятельности по созданию концепций медиапроектов и их реализации	ПК-5.1. Умеет создавать индивидуальные и коллективные медиапроекты определенного формата в соответствии с потребностями целевой аудиторией СМИ ПК-5.2. Владеет навыками работы в команде при разработке коллективных медиапроектов. ПК-5.3 Способен создавать медиапроекты различной тематической направленности с использованием мультимедийных средств.
ПК-6	Способен продвигать медиапродукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации, учитывая тенденции развития отечественного и зарубежных медиарынков	ПК-6.1 Знает основы организации и проведения интегрированных маркетингово-коммуникационных кампаний ПК-6.2. Умеет планировать интегрированные маркетинговокоммуникационные кампании, применяющие мультимедийные и интерактивные средства ПК-6.3. Владеет навыками создания интегрированных маркетинговокоммуникационных кампаний, применяющих мультимедийные и интерактивные средства
ПК-7	Способен организовывать и координировать процесс создания мультимедийного контента	ПК-7.1. Знает основы структурирования медиаорганизаций и принципы взаимодействия медиаорганизаций со внешней средой ПК-7.2. Умеет координировать работу технических, управленческих, творческих подразделений медиаорганизаций ПК-7.3. Владеет навыками выстраивания взаимодействия медиаорганизации со внешней средой
ПК-8	Способен создавать, обрабатывать и осуществлять распространение информации посредством использования соответствующих технических средств в различных средах и на различных платформах	ПК-8.1. Знает основные этапы производственного процесса и технического процесса создания медиапроектов. ПК-8.2. Умеет создавать визуальный контент для медиасообщений различных жанров и форматов. ПК-8.3. Владеет навыками применения цифровых технологий в работе над медиапроектом. ПК-8.4. использует соответствующие технические

		средства для создания, обработки, компоновки и распространение (размещения) информации для дальнейшего доведения её до аудитории
ПК-9	Способен при содействии дизайнеров, программистов, специалистов в сфере информационных технологий создавать современные актуальные медиапродукты разных форматов	ПК-9.1 Знает существующие форматы мультимедиа для создания мультимедийных проектов. ПК-9.2 Умеет разрабатывать концепции технологий совместно с дизайнерами, IT специалистами, программистами ПК – 9.3 Может принимать участие в производственном процессе выпуска медиапроекта и (или) медиапродукта с применением современных мультимедийных технологий программных продуктов ПК-9.4. Владеет навыками проектирования информационных и программных продуктов

3.2. Критерии оценки результатов обучения по дисциплине

Шкала оценивания	Индикаторы достижения	Показатели оценивания результатов обучения
ОТЛИЧНО	Знает:	- студент глубоко и всесторонне усвоил материал, уверенно, логично, последовательно и грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - на основе системных научных знаний делает квалифицированные выводы и обобщения, свободно оперирует категориями и понятиями.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, используя научные понятия, ссылаясь на нормативную базу.
	Владеет:	- студент владеет рациональными методами (с использованием рациональных методик) решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении продемонстрировал навыки - выделения главного, - связкой теоретических положений с требованиями руководящих документов, - изложения мыслей в логической последовательности, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
ХОРОШО	Знает:	- студент твердо усвоил материал, достаточно грамотно его излагает, опираясь на знания основной и дополнительной литературы, - затрудняется в формулировании квалифицированных выводов и обобщений, оперирует категориями и понятиями, но не всегда правильно их верифицирует.
	Умеет:	- студент умеет самостоятельно и в основном правильно решать учебно-профессиональные задачи или задания, уверенно, логично, последовательно и аргументировано излагать свое решение, не в полной мере используя научные понятия и ссылки на нормативную базу.
	Владеет:	- студент в целом владеет рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; - При решении смог продемонстрировать достаточность, но не глубинность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов,

		- самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент ориентируется в материале, однако затрудняется в его изложении; - показывает недостаточность знаний основной и дополнительной литературы; - слабо аргументирует научные положения; - практически не способен сформулировать выводы и обобщения; - частично владеет системой понятий.
	Умеет:	- студент в основном умеет решить учебно-профессиональную задачу или задание, но допускает ошибки, слабо аргументирует свое решение, недостаточно использует научные понятия и руководящие документы.
	Владеет:	- студент владеет некоторыми рациональными методами решения сложных профессиональных задач, представленных деловыми играми, кейсами и т.д.; При решении продемонстрировал недостаточность навыков - выделения главного, - изложения мыслей в логической последовательности. - связки теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	- студент не усвоил значительной части материала; - не может аргументировать научные положения; - не формулирует квалифицированных выводов и обобщений; - не владеет системой понятий.
	Умеет:	студент не показал умение решать учебно-профессиональную задачу или задание.
	Владеет:	не выполнены требования, предъявляемые к навыкам, оцениваемым “удовлетворительно”.

4. Типовые контрольные задания и/или иные материалы для проведения промежуточной аттестации, необходимые для оценки достижения компетенции, соотнесенной с результатами обучения по дисциплине

Тесты

- Что является ключевым элементом медиапланирования?
 - Выбор целевой аудитории
 - Разработка контента
 - Определение бюджета
 - Анализ конкурентов
- Какой этап производства медиаконтента включает в себя создание сценария?
 - Предпродакшн
 - Продакшн
 - Постпродакшн
 - Дистрибуция
- Какой формат видео предпочтителен для онлайн-трансляций?
 - MOV
 - AVI

- В) MP4
 - Г) FLV
4. Что такое кроссплатформенность в контексте медиапроектов?
 - А) Возможность запуска проекта на одной платформе
 - Б) Использование разных медиаформатов
 - В) Возможность запуска проекта на разных платформах
 - Г) Совместимость с разными операционными системами
 5. Какой инструмент используется для анализа эффективности медиарекламы?
 - А) SEO-анализатор
 - Б) CRM-система
 - В) Web-аналитика
 - Г) Бухгалтерский учет
 6. Что такое вирусный маркетинг?
 - А) Распространение рекламы через вирусы
 - Б) Маркетинг, направленный на медицинскую индустрию
 - В) Рекламная кампания с быстрым распространением
 - Г) Маркетинг с использованием антивирусного ПО
 7. Какой элемент не является частью медиаплана?
 - А) Цели и задачи
 - Б) Анализ целевой аудитории
 - В) План распределения бюджета
 - Г) Рецепт приготовления блюда
 8. Что такое трансмедийное повествование?
 - А) Передача истории через один медиаканал
 - Б) Рассказывание истории через разные медиаплатформы
 - В) Использование трансляций для повествования
 - Г) Повествование с использованием трансмузыки
 9. Какой термин описывает использование социальных сетей для продвижения медиапроекта?
 - А) Social Media Optimization (SMO)
 - Б) Search Engine Marketing (SEM)
 - В) Content Management System (CMS)
 - Г) Customer Relationship Management (CRM)
 10. Что такое контент-маркетинг?
 - А) Продажа контента
 - Б) Покупка рекламного контента
 - В) Создание и распространение полезного контента для привлечения аудитории
 - Г) Маркетинговый анализ контента
 11. Какой инструмент необходим для монтажа видео?
 - А) Текстовый редактор
 - Б) Видеоредактор
 - В) Графический редактор
 - Г) Аудиоредактор
 12. Что такое ROI в контексте медиапроектов?
 - А) Возврат инвестиций
 - Б) Радиус освещения
 - В) Регистрация организации
 - Г) Рейтинг организационного влияния
 13. Какой канал распространения контента является наиболее эффективным для достижения молодежной аудитории?
 - А) Телевидение
 - Б) Радио

- В) Социальные сети
 - Г) Печатные издания
14. Что такое брендированный контент?
- А) Контент, созданный пользователями
 - Б) Контент, содержащий элементы брендинга
 - В) Контент без рекламы
 - Г) Контент, защищенный авторским правом
15. Какая социальная сеть лучше всего подходит для визуального сторителлинга?
- А) Twitter
 - Б) Facebook
 - В) Instagram
 - Г) LinkedIn
16. Что такое пиксельный арт?
- А) Искусство создания изображений с ограниченным разрешением
 - Б) Живопись маслом
 - В) Скульптура
 - Г) Граффити
17. Какой аспект важен при создании мобильных медиаприложений?
- А) Скорость загрузки страницы
 - Б) Количество используемых цветов
 - В) Размер шрифта
 - Г) Количество страниц приложения
18. Что такое подкастинг?
- А) Проведение вебинаров
 - Б) Создание и распространение аудиопередач
 - В) Публикация статей в блогах
 - Г) Трансляция видео в реальном времени
19. Какой элемент является частью процесса постпродакшн?
- А) Написание сценария
 - Б) Кастинг актеров
 - В) Монтаж видео
 - Г) Выбор локации для съемок
20. Что такое демографический сегментирование?
- А) Разделение аудитории по возрастным группам
 - Б) Разделение контента по жанрам
 - В) Разделение рынка по географическому признаку
 - Г) Разделение бюджета по кварталам
21. Какой метод используется для улучшения качества изображений?
- А) Компрессия
 - Б) Ретуширование
 - В) Ресайзинг
 - Г) Форматирование
22. Что такое геймификация в контексте медиапроектов?
- А) Разработка компьютерных игр
 - Б) Использование игровых элементов в негейминговых контекстах
 - В) Производство игровых консолей
 - Г) Соревнования по видеоиграм
23. Какой элемент необходим для создания интерактивного видео?
- А) Статичные изображения
 - Б) Видеоредактор
 - В) Гиперссылки
 - Г) Аудиодорожка

24. Что такое мультимедийная журналистика?
- А) Журналистика, основанная только на тексте
 - Б) Журналистика, использующая различные медиаформаты
 - В) Журналистика, связанная с мультипликацией
 - Г) Журналистика, ориентированная на один медиаканал
25. Какой формат файла предпочтительнее для аудиоконтента?
- А) JPEG
 - Б) DOCX
 - В) MP3
 - Г) BMP
26. Что такое стриминг?
- А) Загрузка контента на устройство
 - Б) Просмотр контента без предварительной загрузки
 - В) Сохранение контента на физическом носителе
 - Г) Передача данных по сети
27. Какой инструмент используется для создания анимации?
- А) Текстовый редактор
 - Б) Графический редактор
 - В) Анимационный редактор
 - Г) Аудиоредактор
28. Что такое контент-кураторство?
- А) Создание оригинального контента
 - Б) Организация и распределение существующего контента
 - В) Автоматическая генерация контента
 - Г) Проверка контента на плагиат
29. Какой элемент важен для SEO?
- А) Цветовая палитра сайта
 - Б) Количество страниц на сайте
 - В) Ключевые слова и фразы
 - Г) Фоновая музыка на сайте
30. Что такое вебинар?
- А) Видеоигра
 - Б) Веб-сайт
 - В) Онлайн-семинар
 - Г) Аудиокнига

Примерный список вопросов

1. Понятие информации как отраслевого продукта.
2. Особенности формата массмедиа как производственного стандарта.
3. Понятие и структура медиапроекта.
4. Основные сегменты и формы медиапроекта.
5. Специфика разработки концепции медиапроекта.
6. Определение целевой аудитории медиапроекта.
7. Виды платформ медиапроекта.
8. Методики моделирования бизнес-процессов.
9. Работа со СМИ как платформой для распространения медиапроекта.
10. Стадии разработки и создания медиапроекта.
11. Концепция и брендинг медиапроекта.
12. Технологии производства медиапроекта.
13. «Интегральная компетенция» в медиапроекте.

Типовые ситуационные задачи

Ситуация 1

Проанализировать в группе выбранное СМИ за 1-2 дня и составить выборку: на основании каких именно источников информации созданы в нем заметки/статьи/сюжеты. Ранжировать - какие источники встречаются чаще или реже.

Ситуация 2

Написать на основе полученных пресс-релизов заметки на 1000-1500 знаков. Указать, чем еще автор мог бы дополнить заметку.

Ситуация 3

Написать на основе полученных пресс-релизов заметки на 1500-2000 знаков, самостоятельно проделав работу по уточнению фактов.

Темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Подготовка исследовательских проектов по темам:

1. Форматы медиапроектов
2. Визуальное оформление медиапроектов
3. Продвижение медиапроекта
4. Аудитория медиапроекта
5. Платформы для реализации медиапроекта

Информационный проект

1. Поиск и формулирование актуальных тем.
2. Разработка концепции медиапроекта.
3. Законы драматургии при подготовке медиапроекта.
4. Основные этапы подготовки медиапроекта.
5. Виды источников информации.

Творческое задание (с элементами эссе)

Напишите эссе на тему: «Медиапроект на социальную тематику».

Типовые задания к интерактивным занятиям

Название темы: Перепроверка и уточнение информации.

Вопросы к теме:

1. На основании реальных пресс-релизов, сообщений и пр. учимся уточнять и перепроверять информацию в различных сферах: ЖКХ, криминал, экономика, бизнес, недвижимость и т.д.
2. Задача занятия: выработать понимание, куда нужно звонить, чтобы оперативно получить дополнительные сведения.
3. Как реагировать на "У нас же написано в пресс-релизе" и "Обратитесь к пресс-секретарю".

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:

1. Что такое медиапроект?
2. Какие основные цели медиапроекта?
3. Какие этапы разработки медиапроекта вы можете выделить?

4. Какие существуют типы медиапроектов?
5. Что такое целевая аудитория медиапроекта?
6. Какие методы анализа целевой аудитории вы знаете?
7. Что такое контент-стратегия?
8. Какие инструменты используются для создания контента?
9. Что такое вирусный маркетинг?
10. Какие каналы распространения контента существуют?
11. Что такое монетизация медиапроекта?
12. Какие факторы влияют на успех медиапроекта?
13. Что такое кроссплатформенность в контексте медиапроектов?
14. Какие существуют способы продвижения медиапроектов?
15. Что такое пользовательский интерфейс и как он связан с медиапроектами?
16. Какие требования предъявляются к пользовательскому опыту в медиапроектах?
17. Что такое интерактивность в медиапроектах?
18. Какие существуют способы оценки эффективности медиапроекта?
19. Что такое брендинг и как он применяется в медиапроектах?
20. Какие правовые аспекты необходимо учитывать при создании медиапроекта?
21. Что такое социальные медиа и как они используются в медиапроектах?
22. Какие технологии используются для хранения и обработки данных в медиапроектах?
23. Что такое мобильные медиаприложения и каковы их особенности?
24. Какие существуют способы защиты авторских прав в медиапроектах?
25. Что такое виртуальная реальность и как она может быть использована в медиапроектах?
26. Какие существуют способы финансирования медиапроектов?
27. Что такое мультимедиа и как оно используется в медиапроектах?
28. Какие существуют форматы видеоконтента?
29. Что такое подкаст и каковы его особенности?
30. Какие существуют способы анализа конкурентов в медиапроектах?

5. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания индикаторов достижения компетенций

Специфика формирования компетенций и их измерение определяется структурированием информации о состоянии уровня подготовки обучающихся.

Алгоритмы отбора и конструирования заданий для оценки достижений в предметной области, техника конструирования заданий, способы организации и проведения стандартизированных оценочных процедур, методика шкалирования и методы обработки и интерпретации результатов оценивания позволяют обучающимся освоить компетентностно-ориентированные программы дисциплин.

Формирование компетенций осуществляется в ходе всех видов занятий, практики, а контроль их сформированности на этапе текущей, промежуточной и итоговой аттестации.

Оценивание знаний, умений и навыков по учебной дисциплине осуществляется посредством использования следующих видов оценочных средств:

- опросы: устный, письменный;
- задания для практических занятий;
- ситуационные задания;
- контрольные работы;
- коллоквиумы;
- написание реферата;
- написание эссе;

- решение тестовых заданий;
- экзамен.

Опросы по вынесенным на обсуждение темам

Устные опросы проводятся во время практических занятий и возможны при проведении аттестации в качестве дополнительного испытания при недостаточности результатов тестирования и решения заданий. Вопросы опроса не должны выходить за рамки объявленной для данного занятия темы. Устные опросы необходимо строить так, чтобы вовлечь в тему обсуждения максимальное количество обучающихся в группе, проводить параллели с уже пройденным учебным материалом данной дисциплины и смежными курсами, находить удачные примеры из современной действительности, что увеличивает эффективность усвоения материала на ассоциациях.

Основные вопросы для устного опроса доводятся до сведения студентов на предыдущем практическом занятии.

Письменные опросы позволяют проверить уровень подготовки к практическому занятию всех обучающихся в группе, при этом оставляя достаточно учебного времени для иных форм педагогической деятельности в рамках данного занятия. Письменный опрос проводится без предупреждения, что стимулирует обучающихся к систематической подготовке к занятиям. Вопросы для опроса готовятся заранее, формулируются узко, дабы обучающийся имел объективную возможность полноценно его осветить за отведенное время.

Письменные опросы целесообразно применять в целях проверки усвояемости значительного объема учебного материала, например, во время проведения аттестации, когда необходимо проверить знания обучающихся по всему курсу.

При оценке опросов анализу подлежит точность формулировок, связность изложения материала, обоснованность суждений.

Решение заданий (кейс-методы)

Решение кейс-методов осуществляется с целью проверки уровня навыков (владений) обучающегося по применению содержания основных понятий и терминов дисциплины вообще и каждой её темы в частности.

Обучающемуся объявляется условие задания, решение которого он излагает либо устно, либо письменно.

Эффективным интерактивным способом решения задания является сопоставления результатов разрешения одного задания двумя и более малыми группами обучающихся.

Задачи, требующие изучения значительного объема, необходимо относить на самостоятельную работу студентов, с непременным разбором результатов во время практических занятий. В данном случае решение ситуационных задач с глубоким обоснованием должно представляться на проверку в письменном виде.

При оценке решения заданий анализируется понимание обучающимся конкретной ситуации, правильность её понимания в соответствии с изучаемым материалом, способность обоснования выбранной точки зрения, глубина проработки рассматриваемого вопроса, умением выявить основные положения затронутого вопроса.

Решение заданий в тестовой форме

Проводится тестирование в течение изучения дисциплины

Не менее чем за 1 неделю до тестирования, преподаватель должен определить обучающимся исходные данные для подготовки к тестированию: назвать разделы (темы, вопросы), по которым будут задания в тестовой форме, теоретические источники (с точным указанием разделов, тем, статей) для подготовки.

При прохождении тестирования пользоваться конспектами лекций, учебниками, и иными материалами не разрешено.

