Рабочая программа дисциплины

Производство цифрового контента

<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-5
Профессиональные	–	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
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-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

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-5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с	- навыками работы с применением современных редакционных технологий

			занятия	занятия		раб.	я	
1.	Планирование и организация производства цифрового контента	4			8			18
2.	Технологии и инструменты создания цифрового контента	4			8			18
3.	Управление командой разработчиков и креативных специалистов	4			8			18
4.	Контроль качества и оценка эффективности контента	4			8			18
5.	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента	2			4			17,9
6.	Промежуточная аттестация	0,1						
7.	Итого	18			36			89,9

6.1.2. Заочная форма обучения

№ п/п	Раздел/тема	Виды учебной работы (в часах)						Самостоятельная работа
		Контактная работа						
		Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа				
		Лекции	Иные учебные занятия	Практические занятия	Семинары	Лабораторные раб.	Иные занятия	
1.	Планирование и организация производства цифрового контента	1			2			26
2.	Технологии и инструменты создания цифрового контента	1			2			26
3.	Управление командой разработчиков и креативных специалистов	1			2			26
4.	Контроль качества и оценка эффективности контента	1			2			26
5.	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента							24
6.	Промежуточная аттестация	4						

7.	Итого	4		8		128
----	--------------	----------	--	----------	--	------------

6.2. Программа дисциплины, структурированная по темам / разделам

6.2.1. Содержание лекционного курса

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание лекционного занятия
1.	Планирование и организация производства цифрового контента	Разработка плана проекта по созданию цифрового контента Формулирование целей и задач Постановка целей проекта. Определение конкретных задач и результатов. Создание структуры разбивки работ (WBS) Что такое WBS и зачем он нужен. Примеры структурирования задач в WBS. Определение и оценка необходимых ресурсов Человеческие ресурсы: роли и компетенции. Технические ресурсы: оборудование и программное обеспечение. Финансовые ресурсы: бюджетирование и смета расходов.
2.	Технологии и инструменты создания цифрового контента	Новые технологии в производстве цифрового контента Обзор современных технологий: виртуальная реальность (VR), дополненная реальность (AR), искусственный интеллект (AI) и др. Примеры использования новых технологий в создании контента. Перспективы и возможности применения технологий в будущем.
3.	Управление командой разработчиков и креативных специалистов	Управление командой разработчиков и креативных специалистов. Роли и обязанности членов команды (редактор, дизайнер, видеограф, менеджер и др.). Методы постановки задач и распределения обязанностей. Организация взаимодействия и коммуникации в команде
4.	Контроль качества и оценка эффективности контента	Контроль качества цифрового контента. Основные критерии и стандарты качества. Методы проверки и оценки качества. Инструменты контроля качества и примеры их использования
5.	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента. Основные тенденции в индустрии цифрового контента. Влияние новых медиа и технологий на производство и потребление контента. Прогнозы и перспективы развития отрасли

6.2.2. Содержание практических занятий

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание практического занятия
1.	Планирование	Разработка плана проекта по созданию цифрового

	организация производства цифрового контента	контента Создание структуры разбивки работ (WBS). Расчет ресурсов и составление бюджета проекта. Разработка календарного плана с использованием Gantt Chart.
2.	Технологии и инструменты создания цифрового контента	Анализ и выбор инструментов для создания цифрового контента Обзор и тестирование программ для создания текстового контента. Сравнение графических редакторов (например, Adobe Photoshop vs. GIMP). Анализ инструментов для видеомонтажа (например, Adobe Premiere Pro vs. Final Cut Pro). Выбор оптимальных инструментов для конкретного проекта.
3.	Управление командой разработчиков и креативных специалистов	Управление командой и распределение задач Формирование команды и распределение ролей. Постановка задач и определение сроков выполнения. Использование инструментов для управления задачами (например, Trello, Asana). Проведение командного совещания и обсуждение прогресса.
4.	Контроль качества и оценка эффективности контента	Контроль качества цифрового контента Разработка критериев качества для различных типов контента. Проверка и анализ созданного контента по заданным критериям. Использование инструментов контроля качества (например, Grammarly для текстов, Photoshop для графики). Документирование результатов проверки и предложений по улучшению.
5.	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента	Завершающее занятие и презентация проектов Подготовка презентаций по выполненным проектам. Презентация и защита проектов перед аудиторией. Обсуждение результатов и обмен опытом.

6.2.3. Содержание самостоятельной работы

№ п/п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Содержание самостоятельной работы
1.	Планирование и организация производства цифрового контента	Планирование и управление проектом Разработать детализированный план проекта по созданию цифрового контента, включая WBS, распределение ресурсов и календарный план. Оценить возможные риски и предложить методы их минимизации. Подготовить отчет о планировании проекта.
2.	Технологии и инструменты	Исследование инструментов для создания цифрового

	создания контента	цифрового контента	контента Изучить и протестировать различные инструменты для создания текстового, графического и видеоконтента. Сравнить их функционал, преимущества и недостатки. Написать обзор инструментов с рекомендациями по их использованию.
3.	Управление командой разработчиков и креативных специалистов		Разработка стратегии продвижения контента Разработать стратегию продвижения созданного цифрового контента. Определить целевые платформы и методы продвижения. Описать план по измерению эффективности стратегии.
4.	Контроль качества и оценка эффективности контента		Метрики и аналитика цифрового контента Изучить основные метрики для оценки эффективности цифрового контента. Собрать данные о метриках для собственного опубликованного контента. Проанализировать собранные данные и подготовить аналитический отчет с выводами и рекомендациями.
5.	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента		Анализ успешных проектов создания цифрового контента Найти и проанализировать три успешных проекта создания цифрового контента в различных областях (маркетинг, образование, развлечение и др.). Подготовить сравнительный анализ стратегий, использованных в этих проектах. Сделать выводы о ключевых факторах успеха.

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.	Планирование и организация производства цифрового контента	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, творческий проект, проблемно-аналитическое задание

2.	Технологии и инструменты создания цифрового контента	Опрос, тестирование, дискуссионные процедуры, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание
3.	Управление командой разработчиков креативных специалистов	Опрос, тестирование, задание к интерактивному занятию, исследовательский проект, творческий проект, проблемно-аналитические задания
4.	Контроль качества и оценка эффективности контента	Опрос, исследовательский проект, информационный проект, проблемно-аналитическое задание
5.	Тренды и перспективы в производстве цифрового контента	Опрос, исследовательский проект, дискуссионные процедуры, информационный проект, 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. Что такое цифровой контент? Приведите примеры различных типов цифрового контента.
2. Опишите основные этапы жизненного цикла цифрового контента.
3. Какие ключевые задачи решаются на этапе планирования проектов по созданию цифрового контента?
4. Что такое WBS (Work Breakdown Structure) и как она используется в управлении проектами?
5. Какие ресурсы необходимы для создания цифрового контента и как их оценить?
6. Объясните, что такое Gantt Chart и как его использовать в проектном планировании.
7. Что представляет собой метод критического пути (CPM) и как он применяется?
8. Опишите метод оценки и анализа программы (PERT) и его основные преимущества.
9. Какие принципы следует учитывать при распределении обязанностей и задач в команде проекта?
10. Какие программные средства используются для управления проектами? Приведите примеры.
11. В чем заключается разница между стратегическим, тактическим и оперативным планированием в управлении проектами?
12. Какие метрики и KPI используются для оценки эффективности цифрового контента?
13. Как правильно проводить контроль качества создаваемого цифрового контента?
14. Опишите основные методы оптимизации использования ресурсов в проекте.
15. Как определить и минимизировать риски в проекте по созданию цифрового контента?
16. Какие инструменты аналитики можно использовать для оценки эффективности контента?
17. В чем заключается роль коммуникации в команде разработчиков цифрового контента?
18. Какие технологии используются для создания текстового контента? Приведите примеры программ.
19. Какие инструменты существуют для создания графического контента? Приведите примеры.

20. Каковы особенности видеомонтажа и какие программы для этого используются?
21. Что такое VR и AR, и как они могут быть применены в создании цифрового контента?
22. Каковы основные этапы разработки концепции проекта по созданию цифрового контента?
23. Какие платформы наиболее эффективны для публикации и распространения контента?
24. Какие стратегии продвижения цифрового контента существуют и как выбрать оптимальную?
25. Как использовать SEO для оптимизации текстового контента?
26. Объясните, что такое UX и как его учитывать при создании цифрового контента.
27. В чем заключается значимость авторского права в производстве цифрового контента?
28. Какие основные тренды и перспективы существуют в области цифрового контента?
29. Как измерить и анализировать вовлеченность аудитории?
30. Опишите процесс документирования проекта по созданию цифрового контента и его важность.

Типовые проблемно-аналитические задания

1. Проблемно-аналитическое задание:

1. Исследовать конкурентную ситуацию на медиарынке, использовать различные виды анализа для оценки внешней и внутренней среды медиакомпаний, анализируя доли на рынке и аудиторные данные конкретных СМИ. Коллективное обсуждение задания.

2. Изучение процесса стратегического планирования (PEST(LE) и SWOT-анализ.)

3. Оценивает эффективность организации работы отделов медиарелейшнз.

В таблице 1 представлена SWOT-матрица агентства коммуникаций «Идея Fix» и журнала «ЛюMON».

Для того, чтобы снизить вероятность угроз и улучшить качество работы отдельно каждого сотрудника, подразделений агентства и всей организационной системы в целом, а также добиться намеченных целей, необходимо реализовать стратегию развития. При создании любой стратегии необходимо видеть перед собой четкую цель – конечный продукт, который должен получиться в ходе реализации этой стратегии и в ходе следования всем элементам маркетинговой концепции.

Таблица 1 – SWOT- матрица журнала «ЛюMON»

Достоинства(S):	Недостатки(W):
- журнал отличается от всех челябинских журналов необычным, смелым дизайном, креативным подходом к преподнесению информации, выделение больших средств на презентации.	- журнал, стремится походить на московский, но при этом в некоторых вопросах не совсем компетентен и пишет непонятно; - потребители оценивают журнал как молодежный, журнал не ассоциируется с тематикой здорового образа жизни. - малая осведомленность о журнале среди рекламодателей и читателей; - недостаточный тираж; журнал без лица, нет конкретной направленности; - трудно искать информацию.
Возможности(O):	Угрозы(T):

<p>- востребованное, интересное, нестандартное, яркое издание, которое является экспертом в области трендов, интересные темы с точки зрения новых возможностей и нестандартных взглядов;</p> <p>- участие известных людей в качестве лидеров мнений в этих вопросах, необычный по оформлению журнал, наполненный качественными статьями и профессионально иллюстрирован.</p> <p>- это модный журнал, который обсуждают и цитируют.</p>	<p>- вытеснение с рынка другими более сильными конкурентами;</p> <p>- потеря доли читающей аудитории из-за недостаточной известности журнала;</p> <p>- увеличение текучести кадров отдела продаж по причине низких процентных ставок;</p> <p>- прекращение финансирования инвестором экспертизы суда;</p> <p>- типография изменит условия печати;</p> <p>- появление изменений в законодательстве, ограничивающих рекламу в СМИ.</p>
--	--

Задание:

1. Провести SWOT – анализ, который позволит выявить преимущества и недостатки, возможности и угрозы деятельности компании на текущий период и сделать выводы по результатам анализа, определяя приоритетные направления в области продвижения журнала и необходимость стратегического и оперативного планирования.
2. Разработать стратегию развития агентства коммуникаций «Идея Fix» и журнала «ЛюMON».

Типовые темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Исследовательские проекты

1. Анализ эффективности различных стратегий контент-маркетинга. Сравнительное исследование стратегий и их влияние на аудиторию и показатели конверсии.
2. Влияние SEO на видимость и успешность цифрового контента. Изучение методов оптимизации и их практическое применение на примере веб-сайтов.
3. Роль социальных сетей в распространении цифрового контента. Исследование влияния различных платформ на вовлеченность аудитории.
4. Технологии искусственного интеллекта в производстве цифрового контента. Анализ существующих решений и перспективы их развития.
5. Контроль качества цифрового контента: методы и инструменты. Обзор существующих методов и их эффективность в различных типах контента.
6. Модели управления проектами в производстве цифрового контента. Сравнение различных моделей управления проектами (например, Agile, Waterfall).
7. Этика и авторское право в цифровом контенте. Изучение правовых аспектов и их влияние на производство и распространение контента.
8. Анализ использования виртуальной и дополненной реальности в цифровом контенте. Исследование примеров применения и оценка эффективности.
9. Разработка метрик для оценки эффективности цифрового контента. Создание и тестирование новых показателей и их применение на практике.
10. Будущее цифрового контента: тренды и прогнозы. Анализ текущих тенденций и прогнозирование развития индустрии.

Информационные проекты

1. Обзор современных платформ для публикации цифрового контента. Сравнение функциональных возможностей и аудитории различных платформ.
2. Лучшие практики по созданию и распространению видеоконтента. Сбор и анализ успешных кейсов.
3. Топ инструментов для создания графического контента. Обзор популярных программ и их возможностей.
4. Эволюция цифрового контента: от текста до VR и AR. Исторический обзор и анализ текущих изменений.
5. Роль UX/UI дизайна в успешности цифрового контента. Обзор принципов дизайна и их влияние на пользовательский опыт.
6. Сравнение инструментов управления проектами в сфере цифрового контента. Анализ функциональности, удобства использования и стоимости.
7. Кейсы успешного использования AI в создании цифрового контента. Обзор примеров и оценка их результатов.
8. Платформы для аналитики цифрового контента: возможности и ограничения. Сравнительный анализ популярных инструментов.
9. Методы оптимизации текстового контента для SEO. Практическое руководство по улучшению видимости контента.
10. Создание контент-плана для блога или веб-сайта. Пример создания эффективного контент-плана с учетом целевой аудитории и целей.

Творческие проекты

1. Создание серии видеороликов для образовательного канала. Разработка концепции, сценариев, съемка и монтаж.
2. Разработка и запуск блога с уникальным контентом. Создание контент-плана, написание статей, оптимизация и продвижение.
3. Создание интерактивного проекта с использованием VR или AR. Разработка концепции, создание контента и тестирование.
4. Разработка брендинга и дизайна для цифровой маркетинговой кампании. Создание графических материалов, рекламных баннеров и видеороликов.
5. Создание подкаста по теме цифрового контента. Разработка концепции, запись эпизодов и продвижение подкаста.
6. Разработка мобильного приложения для распространения цифрового контента. Планирование, дизайн и разработка прототипа приложения.
7. Создание инфографики для социальных сетей. Разработка концепции, создание и оптимизация инфографики.
8. Разработка и проведение вебинара по теме управления цифровым контентом. Планирование, подготовка материалов и проведение вебинара.
9. Создание и продвижение видеокурса по теме цифрового контента. Разработка контента, съемка видео и маркетинговая стратегия.
10. Организация онлайн-мероприятия (конференции, форума) по теме цифрового контента. Планирование, привлечение участников и проведение мероприятия.

Типовые тесты

1. Что такое проектное планирование?
 - a) Процесс управления рисками
 - b) Процесс распределения ресурсов
 - c) Процесс определения целей, задач и путей их достижения

- d) Процесс создания контента
2. Что такое WBS (Work Breakdown Structure)?
 - a) Инструмент для создания графического контента
 - b) Структура разбивки работ
 - c) Метод управления бюджетом
 - d) Программа для видеомонтажа
 3. Какой из следующих методов используется для управления временем проекта?
 - a) SWOT-анализ
 - b) Метод критического пути (CPM)
 - c) ABC-анализ
 - d) PEST-анализ
 4. Какие ресурсы могут понадобиться для создания цифрового контента?
 - a) Человеческие ресурсы
 - b) Технические ресурсы
 - c) Финансовые ресурсы
 - d) Все вышеперечисленные
 5. Что включает в себя бюджет проекта?
 - a) Только зарплаты сотрудников
 - b) Только стоимость программного обеспечения
 - c) Все расходы, связанные с проектом
 - d) Только непредвиденные расходы
 6. Какой метод оценки ресурсов используется для оптимизации их использования?
 - a) SWOT-анализ
 - b) WBS
 - c) CPM
 - d) PERT
 7. Что является ключевым аспектом контроля качества цифрового контента?
 - a) Скорость выполнения задач
 - b) Визуальная привлекательность
 - c) Соответствие установленным стандартам и требованиям
 - d) Количество созданного контента
 8. Какие инструменты можно использовать для проверки текстового контента?
 - a) Grammarly
 - b) Photoshop
 - c) Premiere Pro
 - d) Trello
 9. Что включает процесс контроля качества?
 - a) Только проверка финального продукта
 - b) Непрерывный мониторинг и оценка на всех этапах создания
 - c) Только тестирование программного обеспечения
 - d) Только сбор обратной связи от клиентов
 10. Что является ключевым элементом эффективного управления командой?
 - a) Четкое распределение ролей и обязанностей
 - b) Отсутствие дедлайнов
 - c) Свободный график работы
 - d) Минимизация коммуникации
 11. Какие инструменты используются для управления задачами в команде?
 - a) Microsoft Word
 - b) Asana
 - c) Adobe Illustrator

- d) Google Chrome
12. Что необходимо для эффективной коммуникации в команде?
- a) Частые личные встречи
 - b) Использование единых платформ для общения и координации
 - c) Минимизация обсуждений
 - d) Полная автономность сотрудников
13. Какие метрики могут использоваться для оценки эффективности контента?
- a) Количество просмотров
 - b) Вовлеченность аудитории
 - c) Время на странице
 - d) Все вышеперечисленные
14. Что такое KPI (ключевые показатели эффективности)?
- a) Оценка качества контента
 - b) Индикаторы, которые измеряют достижение целей
 - c) Инструменты для создания графики
 - d) Планирование бюджета
15. Какие инструменты можно использовать для аналитики веб-сайта?
- a) Google Analytics
 - b) Microsoft Excel
 - c) Adobe Premiere Pro
 - d) AutoCAD
16. Что такое VR (виртуальная реальность)?
- a) Технология создания текстового контента
 - b) Технология, создающая искусственную среду
 - c) Инструмент для анализа данных
 - d) Платформа для социальных сетей
17. Как AR (дополненная реальность) может использоваться в цифровом контенте?
- a) Для создания виртуальных миров
 - b) Для добавления цифровых элементов в реальный мир
 - c) Для управления проектами
 - d) Для оптимизации текстов
18. Какие возможности предоставляет AI (искусственный интеллект) в создании контента?
- a) Автоматическое редактирование текста
 - b) Генерация изображений
 - c) Анализ данных
 - d) Все вышеперечисленные
19. Какие платформы наиболее эффективны для продвижения видеоконтента?
- a) YouTube и Vimeo
 - b) Microsoft Word и Excel
 - c) Trello и Asana
 - d) Adobe Photoshop и Illustrator
20. Что включает стратегия SEO?
- a) Оптимизация контента для поисковых систем
 - b) Создание графики
 - c) Видеомонтаж
 - d) Планирование бюджета
21. Какие методы можно использовать для продвижения контента в социальных сетях?
- a) Платная реклама
 - b) Органический охват

- c) Вовлечение инфлюенсеров
 - d) Все вышеперечисленные
22. Какие платформы используются для создания и публикации блогов?
- a) WordPress и Medium
 - b) Excel и Word
 - c) Photoshop и Illustrator
 - d) Premiere Pro и After Effects
23. Какой инструмент лучше всего подходит для видеомонтажа?
- a) Adobe Premiere Pro
 - b) Trello
 - c) Microsoft Word
 - d) Google Analytics
24. Какие программы можно использовать для создания графического контента?
- a) Adobe Photoshop и Illustrator
 - b) Microsoft Excel и Word
 - c) Google Analytics и Tag Manager
 - d) AutoCAD и Revit
25. Что такое контент-маркетинг?
- a) Создание контента без определенной цели
 - b) Создание и распространение ценного контента для привлечения аудитории
 - c) Управление проектами
 - d) Создание графического контента
26. Какие типы контента можно использовать в контент-маркетинге?
- a) Блоги и статьи
 - b) Видео и подкасты
 - c) Инфографика и электронные книги
 - d) Все вышеперечисленные
27. Каковы основные цели контент-маркетинга?
- a) Увеличение продаж
 - b) Укрепление бренда
 - c) Привлечение и удержание клиентов
 - d) Все вышеперечисленные
28. Что включает в себя управление рисками в проекте?
- a) Только оценку рисков
 - b) Идентификацию, оценку и планирование мер по снижению рисков
 - c) Создание контента
 - d) Монтаж видео
29. Какой метод используется для оценки рисков?
- a) SWOT-анализ
 - b) Gantt Chart
 - c) PERT
 - d) ABC-анализ
30. Какие действия следует предпринять для минимизации рисков в проекте?
- a) Игнорировать риски
 - b) Создать план управления рисками
 - c) Перераспределить ресурсы
 - d) Увеличить бюджет

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 как новые медиа- или коммуникационные продукты);
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

Механизм проведения диспут-игры (ролевой (деловой) игры как нового медиа-и/или коммуникационного проекта).

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 как новые медиа- и/или коммуникационные продукты, 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. Боброва, Е. И. Репрезентация научных и учебных изданий в процессе производства и распространения цифрового и печатного контента: практическое руководство / Е. И. Боброва. — Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2015. — 32 с. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : <https://www.iprbookshop.ru/55810.html> [сайт]. — URL: (дата обращения: 10.07.2024)

2. Круглова, Л. А. Онлайн-видео: структура, контент, монетизация: учебное пособие для студентов вузов / Л. А. Круглова, К. В. Чобанян, Г. Г. Щепилова ; под редакцией Г. Г. Щепиловой. — Москва : Аспект Пресс, 2020. — 112 с. — ISBN 978-5-7567-1091-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : <https://www.iprbookshop.ru/104475.html> [сайт]. — URL: (дата обращения: 10.07.2024)

3. Климович, Н. Г. Контент: топовые техники SEO-продвижения / Н. Г. Климович. — Москва, Вологда : Инфра-Инженерия, 2021. — 320 с. — ISBN 978-5-9729-0597-3. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/114923.html> (дата обращения: 10.07.2024)

8.2 Дополнительная учебная литература:

1. Шацкая, А. Д. Телеконтент в новых медиа: работа телевизионных каналов с эфирным контентом в Интернете : монография / А. Д. Шацкая, М. И. Макеенко. — Москва : Аспект Пресс, 2022. — 144 с. — ISBN 978-5-7567-1161-5. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/116201.html> (дата обращения: 10.07.2024)

2. Малышев, С. Л. Управление электронным контентом : учебное пособие / С. Л. Малышев. — 4-е изд. — Москва : Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа, 2024. — 124 с. — ISBN 978-5-4497-2490-8. — Текст : электронный // Цифровой образовательный ресурс IPR SMART : <https://www.iprbookshop.ru/133990.html> [сайт]. — URL: (дата обращения: 10.07.2024)

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. Инвестиционный консалтинг. www.i-con.ru.
4. Сайт РосБизнесКонсалтинг (РБК – ведущий мультимедийный холдинг России). www.rbc.ru
5. Национальная ассоциация управления проектами. www.sovnet.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 студентов-инвалидов и студентов 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**

Производство цифрового контента

<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-5
Профессиональные	–	ПК-7

2. Компетенции и индикаторы их достижения

Код компетенции	Формулировка компетенции	Индикаторы достижения компетенции
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-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

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-5		
	- технологию подготовки журналистского текста; - принципы работы современной редакции	- использовать современные технологии для подачи текстовой информации; - «переупаковывать» материал для более эффективного восприятия с	- навыками работы с применением современных редакционных технологий

		помощью различных мультимедийных форматов	
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

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:	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
УДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> - 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:	<ul style="list-style-type: none"> - 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. - связи теоретических положений с требованиями руководящих документов, - самостоятельного анализа факты, событий, явлений, процессов в их взаимосвязи и диалектическом развитии.
НЕУДОВЛЕТВОРИТЕЛЬНО О	Знает:	<ul style="list-style-type: none"> - 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, соотносенной с результатами обучения по дисциплине

Тесты

1. Какой этап производства цифрового контента является наиболее критичным для определения целевой аудитории?
 - А) Планирование
 - Б) Создание
 - В) Распространение
 - Г) Анализ отклика
2. Какие инструменты аналитики используются для оценки эффективности цифрового контента?
 - А) Google Analytics
 - Б) Яндекс.Метрика
 - В) Facebook Insights
 - Г) Все вышеперечисленные
3. Какие методы повышения вовлеченности аудитории считаются наиболее эффективными?
 - А) Интерактивный контент
 - Б) Персонализированные предложения
 - В) Регулярное обновление контента
 - Г) Все вышеперечисленные
4. Какие факторы влияют на SEO-оптимизацию цифрового контента?
 - А) Ключевые слова
 - Б) Качество контента
 - В) Скорость загрузки страницы
 - Г) Все вышеперечисленные
5. Какие стратегии монетизации цифрового контента являются наиболее прибыльными?
 - А) Реклама
 - Б) Подписка
 - В) Одноразовые покупки
 - Г) Все вышеперечисленные
6. Какие технологии используются для защиты авторских прав в цифровом контенте?
 - А) DRM (Digital Rights Management)
 - Б) Водяные знаки
 - В) Шифрование
 - Г) Все вышеперечисленные
7. Какие критерии важны при выборе платформы для размещения цифрового контента?
 - А) Аудитория платформы
 - Б) Функциональность и удобство интерфейса
 - В) Стоимость использования
 - Г) Все вышеперечисленные

8. Какие подходы к контент-маркетингу считаются наиболее эффективными?
- А) Статьи и блоги
 - Б) Видеоконтент
 - В) Инфографика
 - Г) Все вышеперечисленные
9. Какие методы оценки качества цифрового контента используются в индустрии?
- А) Пользовательские отзывы
 - Б) Количество просмотров и лайков
 - В) Анализ конверсии
 - Г) Все вышеперечисленные
10. Какие тенденции в производстве цифрового контента наблюдаются в последнее время?
- А) Использование искусственного интеллекта
 - Б) Виртуальная и дополненная реальность
 - В) Автоматизация контент-маркетинга
 - Г) Все вышеперечисленные
11. Какие методы анализа контента используются для определения его релевантности целевой аудитории?
- А) Контент-анализ
 - Б) А/В тестирование
 - В) Изучение поведения пользователей на сайте
 - Г) Все вышеперечисленные
12. Какие факторы необходимо учитывать при создании вирусного контента?
- А) Эмоциональный отклик
 - Б) Оригинальность
 - В) Социальная значимость
 - Г) Все вышеперечисленные
13. Какие платформы предпочтительнее для распространения видеоконтента?
- А) YouTube
 - Б) Instagram
 - В) TikTok
 - Г) Все вышеперечисленные
14. Какие инструменты используются для создания интерактивного контента?
- А) Adobe Captivate
 - Б) Articulate Storyline
 - В) H5P
 - Г) Все вышеперечисленные
15. Какие методы используются для увеличения охвата аудитории?
- А) SEO
 - Б) Контекстная реклама
 - В) SMM
 - Г) Все вышеперечисленные
16. Какие подходы к созданию контента помогают улучшить его восприятие пользователями?
- А) Использование ярких визуальных элементов

- Б) Создание структурированного контента
 - В) Подача контента в форме историй
 - Г) Все вышеперечисленные
17. Какие стратегии контент-маркетинга эффективны для B2B сегмента?
- А) Кейсы и исследования
 - Б) Вебинары и обучающие курсы
 - В) Белые книги и электронные книги
 - Г) Все вышеперечисленные
18. Какие инструменты используются для оптимизации графического контента?
- А) Adobe Photoshop
 - Б) Canva
 - В) Sketch
 - Г) Все вышеперечисленные
19. Какие методы сбора обратной связи наиболее эффективны для улучшения качества цифрового контента?
- А) Опросы и анкетирование
 - Б) Комментарии и отзывы
 - В) Анализ поведения пользователей
 - Г) Все вышеперечисленные
20. Какие технологии будущего могут оказать влияние на производство цифрового контента?
- А) Искусственный интеллект и машинное обучение
 - Б) Блокчейн
 - В) Интернет вещей (IoT)
 - Г) Все вышеперечисленные
21. Какие критерии важны при оценке юзабилити цифрового контента?
- А) Удобство навигации
 - Б) Скорость загрузки
 - В) Читабельность текста
 - Г) Все вышеперечисленные
22. Какие методы используются для повышения конверсии в цифровом маркетинге?
- А) Лендинги с высокой конверсией
 - Б) E-mail маркетинг
 - В) Ретаргетинг
 - Г) Все вышеперечисленные
23. Какие инструменты помогают в создании контента для социальных сетей?
- А) Adobe Spark
 - Б) Buffer
 - В) Hootsuite
 - Г) Все вышеперечисленные
24. Какие факторы необходимо учитывать при международном контент-маркетинге?
- А) Культурные особенности
 - Б) Языковые различия
 - В) Правовые нормы

- Г) Все вышеперечисленные
25. Какие техники сторителлинга эффективны для удержания внимания аудитории?
- А) Использование архетипов
- Б) Построение сюжетной дуги
- В) Вовлечение героя-пользователя
- Г) Все вышеперечисленные
26. Какие показатели КРІ используются для оценки успеха контент-стратегии?
- А) Трафик на сайте
- Б) Время на сайте
- В) Количество подписчиков
- Г) Все вышеперечисленные
27. Какие методы монетизации подходят для мобильных приложений?
- А) Встроенные покупки
- Б) Подписки
- В) Реклама
- Г) Все вышеперечисленные
28. Какие стратегии помогают в управлении репутацией бренда в цифровой среде?
- А) Активное ведение социальных сетей
- Б) Ответы на отзывы пользователей
- В) Контент-маркетинг
- Г) Все вышеперечисленные
29. Какие инструменты используются для автоматизации контент-маркетинга?
- А) Marketo
- Б) HubSpot
- В) Mailchimp
- Г) Все вышеперечисленные
30. Какие технологии влияют на будущее контент-маркетинга?
- А) Искусственный интеллект
- Б) Большие данные (Big Data)
- В) Машинное обучение
- Г) Все вышеперечисленные

Примерный список вопросов

1. Что такое цифровой контент? Приведите примеры различных типов цифрового контента.
2. Опишите основные этапы жизненного цикла цифрового контента.
3. Какие ключевые задачи решаются на этапе планирования проектов по созданию цифрового контента?
4. Что такое WBS (Work Breakdown Structure) и как она используется в управлении проектами?
5. Какие ресурсы необходимы для создания цифрового контента и как их оценить?
6. Объясните, что такое Gantt Chart и как его использовать в проектном планировании.
7. Что представляет собой метод критического пути (СРМ) и как он применяется?

8. Опишите метод оценки и анализа программы (PERT) и его основные преимущества.
9. Какие принципы следует учитывать при распределении обязанностей и задач в команде проекта?
10. Какие программные средства используются для управления проектами? Приведите примеры.
11. В чем заключается разница между стратегическим, тактическим и оперативным планированием в управлении проектами?
12. Какие метрики и KPI используются для оценки эффективности цифрового контента?
13. Как правильно проводить контроль качества создаваемого цифрового контента?
14. Опишите основные методы оптимизации использования ресурсов в проекте.
15. Как определить и минимизировать риски в проекте по созданию цифрового контента?
16. Какие инструменты аналитики можно использовать для оценки эффективности контента?
17. В чем заключается роль коммуникации в команде разработчиков цифрового контента?
18. Какие технологии используются для создания текстового контента? Приведите примеры программ.
19. Какие инструменты существуют для создания графического контента? Приведите примеры.
20. Каковы особенности видеомонтажа и какие программы для этого используются?
21. Что такое VR и AR, и как они могут быть применены в создании цифрового контента?
22. Каковы основные этапы разработки концепции проекта по созданию цифрового контента?
23. Какие платформы наиболее эффективны для публикации и распространения контента?
24. Какие стратегии продвижения цифрового контента существуют и как выбрать оптимальную?
25. Как использовать SEO для оптимизации текстового контента?
26. Объясните, что такое UX и как его учитывать при создании цифрового контента.
27. В чем заключается значимость авторского права в производстве цифрового контента?
28. Какие основные тренды и перспективы существуют в области цифрового контента?
29. Как измерить и анализировать вовлеченность аудитории?
30. Опишите процесс документирования проекта по созданию цифрового контента и его важность.

Типовые проблемно-аналитические задания

1. Проблемно-аналитическое задание:

1. Исследовать конкурентную ситуацию на медиарынке, использовать различные виды анализа для оценки внешней и внутренней среды медиакомпаний, анализируя доли на рынке и аудиторные данные конкретных СМИ. Коллективное обсуждение задания.
2. Изучение процесса стратегического планирования (PEST(LE) и SWOT-анализ.)
3. Оценивает эффективность организации работы отделов медиарелейшнз.

В таблице 1 представлена SWOT-матрица агентства коммуникаций «Идея Fix» и журнала «ЛюMON».

Для того, чтобы снизить вероятность угроз и улучшить качество работы отдельно каждого сотрудника, подразделений агентства и всей организационной системы в целом, а также добиться намеченных целей, необходимо реализовать стратегию развития. При создании любой стратегии необходимо видеть перед собой четкую цель – конечный продукт, который должен получиться в ходе реализации этой стратегии и в ходе следования всем элементам маркетинговой концепции.

Таблица 1 – SWOT- матрица журнала «ЛюMON»

Достоинства(S):	Недостатки(W):
<p>- журнал отличается от всех челябинских журналов необычным, смелым дизайном, креативным подходом к преподнесению информации, выделение больших средств на презентации.</p>	<p>- журнал, стремится походить на московский, но при этом в некоторых вопросах не совсем компетентен и пишет непонятно; - потребители оценивают журнал как молодежный, журнал не ассоциируется с тематикой здорового образа жизни. - малая осведомленность о журнале среди рекламодателей и читателей; - недостаточный тираж; журнал без лица, нет конкретной направленности; - трудно искать информацию.</p>
Возможности(O):	Угрозы(T):
<p>- востребованное, интересное, нестандартное, яркое издание, которое является экспертом в области трендов, интересные темы с точки зрения новых возможностей и нестандартных взглядов; - участие известных людей в качестве лидеров мнений в этих вопросах, необычный по оформлению журнал, наполненный качественными статьями и профессионально иллюстрирован. - это модный журнал, который обсуждают и цитируют.</p>	<p>- вытеснение с рынка другими более сильными конкурентами; - потеря доли читающей аудитории из-за недостаточной известности журнала; - увеличение текучести кадров отдела продаж по причине низких процентных ставок; - прекращение финансирования инвестором экспертизы суда; - типография изменит условия печати; - появление изменений в законодательстве, ограничивающих рекламу в СМИ.</p>

Задание:

1. Провести SWOT – анализ, который позволит выявить преимущества и недостатки, возможности и угрозы деятельности компании на текущий период и сделать выводы по результатам анализа, определяя приоритетные направления в области продвижения журнала и необходимость стратегического и оперативного планирования.

2. Разработать стратегию развития агентства коммуникаций «Идея Fix» и журнала «ЛюMON».

Типовые темы исследовательских, информационных, творческих проектов

Исследовательские проекты

1. Анализ эффективности различных стратегий контент-маркетинга. Сравнительное исследование стратегий и их влияние на аудиторию и показатели конверсии.

2. Влияние SEO на видимость и успешность цифрового контента. Изучение методов оптимизации и их практическое применение на примере веб-сайтов.
3. Роль социальных сетей в распространении цифрового контента. Исследование влияния различных платформ на вовлеченность аудитории.
4. Технологии искусственного интеллекта в производстве цифрового контента. Анализ существующих решений и перспективы их развития.
5. Контроль качества цифрового контента: методы и инструменты. Обзор существующих методов и их эффективность в различных типах контента.
6. Модели управления проектами в производстве цифрового контента. Сравнение различных моделей управления проектами (например, Agile, Waterfall).
7. Этика и авторское право в цифровом контенте. Изучение правовых аспектов и их влияние на производство и распространение контента.
8. Анализ использования виртуальной и дополненной реальности в цифровом контенте. Исследование примеров применения и оценка эффективности.
9. Разработка метрик для оценки эффективности цифрового контента. Создание и тестирование новых показателей и их применение на практике.
10. Будущее цифрового контента: тренды и прогнозы. Анализ текущих тенденций и прогнозирование развития индустрии.

Информационные проекты

1. Обзор современных платформ для публикации цифрового контента. Сравнение функциональных возможностей и аудитории различных платформ.
2. Лучшие практики по созданию и распространению видеоконтента. Сбор и анализ успешных кейсов.
3. Топ инструментов для создания графического контента. Обзор популярных программ и их возможностей.
4. Эволюция цифрового контента: от текста до VR и AR. Исторический обзор и анализ текущих изменений.
5. Роль UX/UI дизайна в успешности цифрового контента. Обзор принципов дизайна и их влияние на пользовательский опыт.
6. Сравнение инструментов управления проектами в сфере цифрового контента. Анализ функциональности, удобства использования и стоимости.
7. Кейсы успешного использования AI в создании цифрового контента. Обзор примеров и оценка их результатов.
8. Платформы для аналитики цифрового контента: возможности и ограничения. Сравнительный анализ популярных инструментов.
9. Методы оптимизации текстового контента для SEO. Практическое руководство по улучшению видимости контента.
10. Создание контент-плана для блога или веб-сайта. Пример создания эффективного контент-плана с учетом целевой аудитории и целей.

Творческие проекты

1. Создание серии видеороликов для образовательного канала. Разработка концепции, сценариев, съемка и монтаж.
2. Разработка и запуск блога с уникальным контентом. Создание контент-плана, написание статей, оптимизация и продвижение.
3. Создание интерактивного проекта с использованием VR или AR. Разработка концепции, создание контента и тестирование.

4. Разработка брендинга и дизайна для цифровой маркетинговой кампании. Создание графических материалов, рекламных баннеров и видеороликов.
5. Создание подкаста по теме цифрового контента. Разработка концепции, запись эпизодов и продвижение подкаста.
6. Разработка мобильного приложения для распространения цифрового контента. Планирование, дизайн и разработка прототипа приложения.
7. Создание инфографики для социальных сетей. Разработка концепции, создание и оптимизация инфографики.
8. Разработка и проведение вебинара по теме управления цифровым контентом. Планирование, подготовка материалов и проведение вебинара.
9. Создание и продвижение видеокурса по теме цифрового контента. Разработка контента, съемка видео и маркетинговая стратегия.
10. Организация онлайн-мероприятия (конференции, форума) по теме цифрового контента. Планирование, привлечение участников и проведение мероприятия

Примерный перечень вопросов к промежуточной аттестации:

1. Какие основные этапы процесса управления производством цифрового контента?
2. Какие инструменты аналитики необходимы для оценки эффективности цифрового контента?
3. Какие методы SEO наиболее эффективны для продвижения контента в интернете?
4. Какие факторы влияют на успешное вовлечение аудитории в цифровой контент?
5. Какие стратегии монетизации цифрового контента существуют?
6. Какие правовые аспекты необходимо учитывать при создании и распространении цифрового контента?
7. Какие технологии будущего могут изменить подходы к управлению производством цифрового контента?
8. Какие методы оценки качества цифрового контента вы знаете?
9. Какие подходы к управлению талантами применимы в сфере цифрового контента?
10. Какие текущие тенденции в области цифрового контента наиболее значимы?
11. Какие методы управления проектами наиболее эффективны в сфере цифрового контента?
12. Каковы основные принципы создания вирусного контента?
13. Какие факторы необходимо учитывать при выборе платформы для размещения цифрового контента?
14. Какие инструменты помогают в управлении авторскими правами в цифровой среде?
15. Какие способы защиты контента от незаконного использования существуют?
16. Какие стратегии контент-маркетинга наиболее эффективны для разных типов аудитории?
17. Какие технологии и инструменты используются для анализа поведения пользователей?
18. Какие подходы к обучению сотрудников применяются в сфере цифрового контента?
19. Какие лидерские качества важны для управления командой создателей контента?
20. Какие этические и юридические вопросы возникают при работе с пользовательскими данными в цифровом маркетинге?

21. Какие особенности кросс-платформенного контента необходимо учитывать при его создании?
22. Какие методы повышения конверсии используются в цифровом контенте?
23. Какие критерии важны при выборе формата контента для различных цифровых каналов?
24. Какие инструменты используются для создания интерактивного контента?
25. Какие подходы к управлению репутацией бренда в цифровой среде существуют?
26. Какие стратегии контент-маркетинга наиболее эффективны в социальных сетях?
27. Какие техники сторителлинга применяются для увеличения вовлеченности аудитории?
28. Какие основные ошибки следует избегать при управлении производством цифрового контента?
29. Какие показатели (KPI) используются для оценки успеха цифрового контента?
30. Какие новые технологии в области цифрового контента следует отслеживать?

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 непременно 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.