

МИНОБРНАУКИ РОССИИ

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования "Пермский
государственный национальный исследовательский
университет"**

Кафедра журналистики и массовых коммуникаций

**Авторы-составители: Пустовалов Алексей Васильевич
Печищев Иван Михайлович
Пономарев Николай Филиппович**

Рабочая программа дисциплины
КРОСС-МЕДИЙНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
Код УМК 94063

Утверждено
Протокол №9
от «17» июня 2019 г.

Пермь, 2019

1. Наименование дисциплины

Кросс-медийные технологии

2. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина входит в обязательную часть Блока « Б.1 » образовательной программы по направлениям подготовки (специальностям):

Направление: **42.03.01** Реклама и связи с общественностью
направленность Программа широкого профиля

3. Планируемые результаты обучения по дисциплине

В результате освоения дисциплины **Кросс-медийные технологии** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность : Программа широкого профиля)

ОПК.4 Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Индикаторы

ОПК.4.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем

ОПК.7 Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Индикаторы

ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа

ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории

4. Объем и содержание дисциплины

Направления подготовки	42.03.01 Реклама и связи с общественностью (направленность: Программа широкого профиля)
форма обучения	очная
№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины	8
Объем дисциплины (з.е.)	6
Объем дисциплины (ак.час.)	216
Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:	84
Проведение лекционных занятий	28
Проведение практических занятий, семинаров	56
Самостоятельная работа (ак.час.)	132
Формы текущего контроля	Входное тестирование (1) Защищаемое контрольное мероприятие (2) Итоговое контрольное мероприятие (1)
Формы промежуточной аттестации	Экзамен (8 триместр)

5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины

Современная медиасфера

В данном разделе изучаются технологии медиасферы, характеристики медиаплатформ, процесс создания медиаконтента.

Изменения в медиасфере: конкуренция каналов, рост информационного потока, курс на развлечение, мультиплатформенность, кризис доверия. Традиционные СМИ и «новые медиа». Тенденции, прогнозы развития.

Анализ социальных медиа

Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. История развития соцсетей. Механики производства и воспроизводства контента. Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики. Паблик как медиа.

Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. Механики производства и воспроизводства контента.

Феномен социальных сетей: анонимность, авторство, коммуникация, вовлеченность, развлечение. История развития соцсетей. Механики производства и воспроизводства контента.

Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики.

Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики. Паблик как медиа.

Исследование аудитории

Характеристики аудитории медиа. Изменения аудитории: медиапотребление, фрагментация, экономика внимания, кризис доверия. Метод персонажей для описания аудитории. Работа с аудиторией в медиа, способы вовлечения и удержания.

Работа с контентом в SMM

Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания (мультимедийный контент, текстовый). Интерес аудитории и метрики, продвижение контента. Контент-план. Принципы создания контента и технологии его публикации. Метрики для изучения потребления контента.

Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания

Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания (мультимедийный контент, текстовый). Интерес аудитории и метрики, продвижение контента. Контент-план.

Принципы создания контента и технологии его публикации

Принципы создания контента и технологии его публикации. Метрики для изучения потребления контента.

Природа виральности

Виральность контента как феномен web 2.0. Причины виральности, составляющие вирусности. Способы продвижения вирусного контента. Анализ кейсов. Отдельные форматы контента и их вирусный потенциал. Использование вирусного контента в разных ситуациях. Создание вирусного контента, исследование его потребления.

6. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Освоение дисциплины требует систематического изучения всех тем в той последовательности, в какой они указаны в рабочей программе.

Основными видами учебной работы являются аудиторские занятия. Их цель - расширить базовые знания обучающихся по осваиваемой дисциплине и систему теоретических ориентиров для последующего более глубокого освоения программного материала в ходе самостоятельной работы. Обучающемуся важно помнить, что контактная работа с преподавателем эффективно помогает ему овладеть программным материалом благодаря расстановке необходимых акцентов и удержанию внимания интонационными модуляциями голоса, а также подключением аудио-визуального механизма восприятия информации.

Самостоятельная работа преследует следующие цели:

- закрепление и совершенствование теоретических знаний, полученных на лекционных занятиях;
- формирование навыков подготовки текстовой составляющей информации учебного и научного назначения для размещения в различных информационных системах;
- совершенствование навыков поиска научных публикаций и образовательных ресурсов, размещенных в сети Интернет;
- самоконтроль освоения программного материала.

Обучающемуся необходимо помнить, что результаты самостоятельной работы контролируются преподавателем во время проведения мероприятий текущего контроля и учитываются при промежуточной аттестации.

Обучающимся с ОВЗ и инвалидов предоставляется возможность выбора форм проведения мероприятий текущего контроля, альтернативных формам, предусмотренным рабочей программой дисциплины. Предусматривается возможность увеличения в пределах 1 академического часа времени, отводимого на выполнение контрольных мероприятий.

Процедура оценивания результатов обучения инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья по дисциплине предусматривает предоставление информации в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации.

При проведении текущего контроля применяются оценочные средства, обеспечивающие передачу информации, от обучающегося к преподавателю, с учетом психофизиологических особенностей здоровья обучающихся.

7. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине

При самостоятельной работе обучающимся следует использовать:

- конспекты лекций;
- литературу из перечня основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля);
- текст лекций на электронных носителях;
- ресурсы информационно-телекоммуникационной сети "Интернет", необходимые для освоения дисциплины;
- лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение из перечня информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине;
- методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.

8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы

Основная:

1. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс] : учебник для вузов/ под общ. ред. А. Г. Качкаевой, С. А. Шомовой; Нац. исслед. ун-т «Высшая школа экономики». — 2-е изд. (эл.). — М.: Изд. дом Высшей школы экономики, 2018. — (Учебники Высшей школы экономики). — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система Znanium : [сайт]. <https://elis.psu.ru/node/619650>
2. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. — Москва : Инфра-Инженерия, 2018. — 248 с. — ISBN 978-5-9729-0202-6. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/78258.html>
3. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 396 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-09875-4. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/428807>

Дополнительная:

1. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — ISBN 5-238-00771-X. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/81774.html>
2. Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016 / А. Амзин, А. Галустян, В. Гатов [и др.] ; под редакцией С. Балмаева, М. Лукиа. — Москва, Екатеринбург : Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. — 304 с. — ISBN 978-5-7525-3084-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>
3. Губанов, Д. А. Социальные сети. Модели информационного влияния, управления и противоборства : учебное пособие / Д. А. Губанов, Д. А. Новиков, А. Г. Чхартишвили ; под редакцией Д. А. Новиков. — Москва : Издательство физико-математической литературы, 2010. — 228 с. — ISBN 9875-94052-194-5. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/8531>

9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://moi-portal.ru/upload/iblock/8b2/8b2246b6b04d87c9065730d33e451f49.pdf> Халилов Д. Маркетинг в социальных сетях [Электронный ресурс] / Д. Халилов. — Электрон. текстовые данные. — М. : Манн, Иванов и Фербер, 20

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26655262> Алексеева Е. Н., Попов К. Г. Социальная сеть как явление современного общества: история развития и общая характеристика

<https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25865891> Ершов В. Е. История появления социальных сетей

<https://elibrary.ru/item.asp?id=37750238> Кривоносова А. С., Якуничева Е. Н. История и анализ развития социальных сетей

<https://br-analytics.ru/blog/social-media-russia-2019/> Социальные сети в России: цифры и тренды, осень 2019

<http://www.iprbookshop.ru/42032.html> Сенаторов А. А. Битва за подписчика «ВКонтакте». SMM-руководство

<http://www.iprbookshop.ru/58557.html> Сенаторов А. А. Контент-маркетинг: стратегии продвижения в социальных сетях

<http://www.iprbookshop.ru/48465.html> Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+

<https://elibrary.ru/item.asp?id=18202002> Волкова И.И., Будовская Ю.В. Распространение медиаконтента в социальных медиа и социальных сетях: теория игр против виральности

10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине

Образовательный процесс по дисциплине **Кросс-медийные технологии** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий); доступ в режиме онлайн в Электронную библиотечную систему (ЭБС); доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.

Интернет-сервисы и электронные ресурсы (Google, Yandex, Википедия).

Перечень необходимого свободно распространяемого программного обеспечения:

1. Приложение, позволяющее просматривать и воспроизводить медиаконтент PDF-файлов.
2. Программы для демонстрации видео материалов (проигрыватель).
3. Программы для просмотра интернет-контента (браузер).
4. Офисный пакет для работы с текстовыми, табличными и презентационными материалами.

При освоении материала и выполнения заданий по дисциплине рекомендуется использование материалов, размещенных в Личных кабинетах обучающихся ЕТИС ПГНИУ (student.psu.ru).

При организации дистанционной работы и проведении занятий в режиме онлайн могут использоваться:

система видеоконференцсвязи на основе платформы BigBlueButton (<https://bigbluebutton.org/>).

система LMS Moodle (<http://e-learn.psu.ru/>), которая поддерживает возможность использования текстовых материалов и презентаций, аудио- и видеоконтент, а так же тесты, проверяемые задания, задания для совместной работы.

система тестирования Indigo (<https://indigotech.ru/>).

11. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Для лекционных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций необходима аудитория, оснащенная презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской.

Для самостоятельной работы необходима аудитория, оснащенная компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», обеспеченная доступом в электронную информационно-образовательную среду университета и/или помещения Научной библиотеки ПГНИУ.

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютера с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

2. Читальный зал гуманитарной литературы, корп. 2, ауд. 418. Оборудован 7 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

3. Читальный зал естественной литературы, корп.6, ауд. 107а. Оборудован 5 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

4. Отдел иностранной литературы, корп.2 ауд. 207. Оборудован 1 персональным компьютером с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

5. Библиотека юридического факультета, корп.9, ауд. 4. Оборудована 11 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

6. Читальный зал географического факультета, корп.8, ауд. 419. Оборудован 6 персональными компьютерами с доступом к локальной и глобальной компьютерным сетям.

Все компьютеры, установленные в помещениях научной библиотеки, оснащены следующим программным обеспечением:

Операционная система ALT Linux;

Офисный пакет Libreoffice.

Справочно-правовая система «КонсультантПлюс»

**Фонды оценочных средств для аттестации по дисциплине
Кросс-медийные технологии**

**Планируемые результаты обучения по дисциплине для формирования компетенции.
Индикаторы и критерии их оценивания**

ОПК.7

Способен отвечать на запросы и потребности общества и аудитории в профессиональной деятельности

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории</p>	<p>Знает методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет создавать медиапродукты, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Не знает методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Не умеет создавать медиапродукты, учитывая особенности аудитории. Не владеет навыками создания медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества</p> <p align="center">Удовлетворительн</p> <p>Знает отдельные методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. При консультативной поддержке умеет создавать ряд медиапродуктов, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания отдельных медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p> <p align="center">Хорошо</p> <p>Знает основные методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет создавать ряд медиапродуктов, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания основных медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p> <p align="center">Отлично</p> <p>Знает методы анализа запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет создавать медиапродукты, учитывая особенности аудитории. Владеет навыками создания медиапродуктов, ориентируясь на запросы общества.</p>
<p>ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа</p>	<p>Знает методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет</p>	<p align="center">Неудовлетворител</p> <p>Знает методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет навыками анализа поведения аудитории</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
	<p>навыками анализа поведения аудитории медиа.</p>	<p>Неудовлетворител медиа.</p> <p>Удовлетворительн Знает отдельные методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать отдельные изменения запросов потребителей медиапродукта. При консультативной поддержке владеет навыками анализа поведения аудитории медиа.</p> <p>Хорошо Знает основные методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать основные изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет навыками анализа поведения аудитории медиа.</p> <p>Отлично Знает методы изучения запросов и потребностей общества и аудитории медиа. Умеет отслеживать изменения запросов потребителей медиапродукта. Владеет навыками анализа поведения аудитории медиа.</p>

ОПК.4

Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
<p>ОПК.4.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем</p>	<p>Знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Владеет навыками создания медиапродуктов в соответствие с поставленными задачами.</p>	<p>Неудовлетворител Не знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Не умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Не владеет навыками создания медиапродуктов в соответствие с поставленными задачами.</p> <p>Удовлетворительн Достаточно знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Достаточно умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Достаточно владеет</p>

Компетенция (индикатор)	Планируемые результаты обучения	Критерии оценивания результатов обучения
		<p style="text-align: center;">Удовлетворительн</p> <p>навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p> <p style="text-align: center;">Хорошо</p> <p>На приемлемом уровне знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. На приемлемом уровне умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. На приемлемом уровне владеет навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p> <p style="text-align: center;">Отлично</p> <p>Досконально знает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в разных знаковых системах. Досконально умеет создавать медиапродукты в разных знаковых системах. Досконально владеет навыками создания медиапродуктов в соответствии с поставленными задачами.</p>

Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

Вид мероприятия промежуточной аттестации : Экзамен

Способ проведения мероприятия промежуточной аттестации : Оценка по дисциплине в рамках промежуточной аттестации определяется на основе баллов, набранных обучающимся на контрольных мероприятиях, проводимых в течение учебного периода.

Максимальное количество баллов : 100

Конвертация баллов в отметки

«отлично» - от 81 до 100

«хорошо» - от 61 до 80

«удовлетворительно» - от 43 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 43 балла

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
Входной контроль	Современная медиасфера Входное тестирование	ЗНАТЬ специфические качества стратегических коммуникаций в разных сферах и отраслях. УМЕТЬ ориентироваться в специфике стратегических коммуникаций в разных социальных сферах и отраслях. ВЛАДЕТЬ навыками учета специфики стратегических коммуникаций при планировании коммуникативных кампаний в разных сферах и отраслях.
ОПК.4.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики. Защищаемое контрольное мероприятие	знание основных понятий, связанные с работой в социальных сетях и при создании вирусного контента, умение применять различные методики исследования и оценки аудитории, владение приемами воздействия на аудиторию в социальных сетях.
ОПК.4.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем	Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания Защищаемое контрольное мероприятие	Знание разновидностей контента для соцсетей, умение создать и приспособить контент для данной целевой аудитории, владение навыками продвижения проекта в конкретных условиях.

Компетенция (индикатор)	Мероприятие текущего контроля	Контролируемые элементы результатов обучения
<p>ОПК.4.2 Создает востребованные обществом и индустрией медиапродукты в соответствии с особенностями различных знаковых систем</p> <p>ОПК.7.2 Создает медиапродукты на основе запросов и потребностей общества и аудитории</p> <p>ОПК.7.1 Ориентируется в запросах и потребностях общества и аудитории медиа</p>	<p>Природа виральности</p> <p>Итоговое контрольное мероприятие</p>	<p>Знание основных понятий, связанных с работой в социальных сетях и при создании вирусного контента, умение разрабатывать контент для соцсетей, владение навыками оценки эффективности контента в соцсетях.</p>

Спецификация мероприятий текущего контроля

Современная медиасфера

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **0**

Проходной балл: **0**

Показатели оценивания	Баллы
Студент демонстрирует знание основных социальных сетей, их структуры, имеет общее представление о продвижении в них СМИ. За допущенные неточности и ошибки снимается 2 балла.	100
Студент путается в специфике основных социальных сетей, имеет смутное представление о продвижении в них СМИ.	40

Социальные сети в мире и в России, особенности, возможности, метрики.

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Проект содержит все основные компоненты описания аудитории (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т.п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Устная презентация проекта соответствует стандартным требованиям. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	30
Проект содержит основные компоненты описания аудитории (проблема, цель, целевые	24

группы, задачи, сценарий и т. п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	
Проект содержит некоторые компоненты описания аудитории (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т. п.). За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	18
Проект не содержит необходимого минимума компонентов или не предоставлен студентом.	12

Создание контента для соцсетей: виды контента, особенности создания

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы самостоятельной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **30**

Проходной балл: **13**

Показатели оценивания	Баллы
Проект содержит все основные компоненты контент-плана для SMM (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т.п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Устная презентация проекта соответствует стандартным требованиям. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	30
Проект содержит основные компоненты контент-плана для SMM (проблема, цель, целевые группы, задачи, сценарий и т. п.). Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	24
Проект содержит необходимые компоненты контент-плана для SMM (сроки, форматы контента, тематика контента, обоснование). За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	18
Проект не содержит необходимого минимума компонентов или не предоставлен студентом.	12

Природа виральности

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **2 часа**

Условия проведения мероприятия: **в часы аудиторной работы**

Максимальный балл, выставляемый за мероприятие промежуточной аттестации: **40**

Проходной балл: **17**

Показатели оценивания	Баллы
Проект содержит все основные компоненты вирусного контента (формат, тематика, актуальность, внешняя привлекательность). Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. Устная презентация проекта соответствует стандартным требованиям. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.	40

<p>Проект содержит основные компоненты вирусного контента (формат, тематика, актуальность, внешняя привлекательность). Проект оформлен должным образом в виде программного документа. Презентация проекта в электронной форме отвечает стандартным требованиям. Проект концептуально и прагматически встроен в основную деятельность компании. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балл.</p>	<p>30</p>
<p>Проект содержит некоторые компоненты вирусного контента (формат, тематика, актуальность, внешняя привлекательность). Проект оформлен должным образом в виде программного документа. За допущенные неточности и ошибки снимается 1 балла.</p>	<p>25</p>
<p>Проект не содержит необходимого минимума компонентов или не предоставлен студентом.</p>	<p>16</p>