

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

**Кафедра журналистики и массовых коммуникаций**

Авторы-составители: **Березина Валерия Юрьевна**

Рабочая программа дисциплины  
**МАСТЕРСКАЯ МЕДИАКОНТЕНТА**  
Код УМК 95703

Утверждено  
Протокол №9  
от «07» мая 2020 г.

Пермь, 2020

## **1. Наименование дисциплины**

Мастерская медиаконтента

## **2. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

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

Направление: **42.03.05** Медиакоммуникации  
направленность Контент-менеджмент

### **3. Планируемые результаты обучения по дисциплине**

В результате освоения дисциплины **Мастерская медиаконтента** у обучающегося должны быть сформированы следующие компетенции:

**42.03.05** Медиакоммуникации (направленность : Контент-менеджмент)

**ПК.1** Способен управлять информационными ресурсами

**Индикаторы**

**ПК.1.1** Создает, редактирует и продвигает контент

#### 4. Объем и содержание дисциплины

|   |  |
|---|--|
| <b>Направления подготовки</b>                                     | 42.03.05 Медиакоммуникации (направленность: Контент-менеджмент)  |
| <b>форма обучения</b>   | очная  |
| <b>№№ триместров, выделенных для изучения дисциплины</b>          | 3  |
| <b>Объем дисциплины (з.е.)</b>                                    | 3  |
| <b>Объем дисциплины (ак.час.)</b>                                 | 108  |
| <b>Контактная работа с преподавателем (ак.час.), в том числе:</b> | 42   |
| <b>Проведение лекционных занятий</b>                              | 14   |
| <b>Проведение практических занятий, семинаров</b>                 | 28   |
| <b>Самостоятельная работа (ак.час.)</b>                           | 66   |
| <b>Формы текущего контроля</b>                                    | Входное тестирование (1)<br>Итоговое контрольное мероприятие (1)<br>Письменное контрольное мероприятие (2) |
| <b>Формы промежуточной аттестации</b>                             | Зачет (3 триместр)   |

## **5. Аннотированное описание содержания разделов и тем дисциплины**

### **Мастерская медиаконтента**

В ходе изучения дисциплины предполагается сформировать у студентов компетенцию ОПК, состоящую в способности студента создавать, редактировать и продвигать контент.

Общая трудоемкость дисциплины составляет 108 часов (3 кредита). Программа дисциплины предполагает лекции (14 часов), практические занятия (28 часов) и самостоятельную работу студентов (66 часов).

Учебно-методический комплекс предназначен для широкого круга пользователей: студентов, преподавателей и др.

### **Современная медиасфера: разработка и реализация SMM-стратегии**

При работе над данной темой студенты обращаются к базовым понятиям социальных и гуманитарных наук: «общество», «сферы общества», «целевая аудитория», «социальные типы» и «социальная стратификация», «современные СМИ» и «социальные сети», «функции СМИ» и др. Кроме того, узнают, как связаны вышеупомянутые понятия, а также найдут ответ на вопрос: «Как связаны между собой разные науки?» Понятие синкретизма наук рассматривается в самом начале курса с целью донести до студентов, что междисциплинарность – это один из трендов развития современного общества. Область social media marketing – показательный пример развития общества в сторону тесного переплетения и созависимости различных сфер жизнедеятельности человека. На первых занятиях студенты познакомятся с понятиями: «стратегия», «планирование», «связи с общественностью» и др. Разработают алгоритмы продвижения того или иного продукта жизнедеятельности общества в социальных сетях, если продукт продвижения, который выберет студент, окажется коммерческим, то также будет отработан алгоритм продвижения продукта на маркетплейсах.

### **Генерация контента: типы, классификации, стили**

При работе над данной темой студенты обратятся к текстологии, к таким понятиям: «текст», «тип текста», «стиль речи» и др. Кроме того, студенты обратятся к базовым лингвистическим вопросам: «Чем отличаются язык и речь человека?» «Каковы функции речи, языка и текста?» В процессе работы над данной темой студенты познакомятся с основными классификациями контента, его стилями и научными школами, полемизирующими по вопросам понятия текста, нарратива, дискурса и др. На семинарских занятиях представят результаты самостоятельной работы по составлению визуальной доски (moodboard), тему которой студент определит самостоятельно.

### **Копирайтинг для социальных сетей (инфостиль)**

При работе над данной темой студенты будут отрабатывать навык создания и редактирования текстов, которые наполняют разные социальные сети (ВК, Instagram, Facebook и др.). Вводится понятие «инфостиль» (информационный / редакционный стиль) наряду с классическими стилями (разговорный, публицистический и др.), проводится анализ сходств и различий стилей. Обращение к понятию «копирайтинг», отработка навыка написания текстов для социальных сетей, их редактирование. Студент учится выбирать и формулировать тему, а также определять жанр публикаций для достижения цели, которая стоит перед ним, как перед автором. Как собирать материал для своих публикаций, какие источники использовать и как корректно ссылаться на них. Кроме этого, поднимается вопрос об этике в рекламе и пиаре. Студент в ходе занятий ответит на вопрос: «А как создать текст так, чтобы его заметили, прочитали и отреагировали, но при этом остаться в рамках этики?»

### **Сторителлинг в социальных сетях: создание и редактирование письменных историй**

Как интересно рассказать историю, чтобы реализовать правило маркетинга «human to human, soul to soul» (человек для человека, душа к душе?) в продвижении проекта в социальных сетях? При работе над данной темой студенты обращаются к понятиям «сторителлинг», «нейрокопирайтинг»,

«психолингвистические основы рекламы», чтобы научиться выявлять психологические триггеры общества, своей целевой аудитории для реализации SMM-стратегии в социальных сетях. Студент практикуется в написании текстов и их редактировании, благодаря работе в малых группах на семинарских занятиях студенты отрабатывают навык общения в редакторской команде.

### **Создание и редактирование визуального контента**

При работе над данной темой студенты обращаются к увлекательному миру фотографии и видео, самостоятельно готовят доклады для общего пользования на темы развития фотографии и видео. На семинарских занятиях отрабатывают навык работы с фото- и видеокамерой, учатся редактированию на встроенных функциях телефонов и фотоаппаратов. Отрабатывают навык поиска материала, а также работают с источниками в поиске референсов (примеров, отсылок) для съемок.

### **Обработка визуального контента**

В ходе лекционных занятий преподаватель предоставляет слушателям информацию о сервисах по обработке визуального контента, на семинарских занятиях идет практическая отработка в приложениях и специальных программах по обработке визуального контента, вводятся понятия «визуал ленты», «единый стиль ленты», «макеты сториз» и др., понимание которых студенты продемонстрируют на итоговом контрольном мероприятии.

### **Форматы продвижения в рекламных кабинетах в социальных сетях и на маркетплейсах**

Данный раздел посвящен управлению рекламными кампаниями в социальных сетях, студенты учатся, как реализовывать коммуникативные акты с аудиторией, разбираются в интерфейсах рекламных кабинетов, учатся анализировать статистику и загружать объявления.

## **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. Березин, В. М. Фотожурналистика : учебник для академического бакалавриата / В. М. Березин. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 252 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-534-00353-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. <https://www.urait.ru/bcode/432893>
2. Ушанов, П. В. Media relations. Основные аспекты взаимодействия СМИ и public relations : учебное пособие / П. В. Ушанов. — Саратов : Ай Пи Эр Медиа, 2017. — 75 с. — ISBN 978-5-4486-0002-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/65718.html>

### Дополнительная:

1. Нестеренко, Н. А. Контент-менеджмент. Универсальный инструмент для заработка в интернете / Н. А. Нестеренко, А. В. Шантарин. — Москва : СОЛОН-Пресс, 2019. — 256 с. — ISBN 978-5-91359-289-7. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. <http://www.iprbookshop.ru/90333.html>



## 9. Перечень ресурсов сети Интернет, необходимых для освоения дисциплины

<https://www.pinterest.ru> Пинтерест

<https://netology.ru> Нетолоджи

<https://product.mitroshina.org> Сайт "Митрошина Орг"

<https://amplifr.com/ru/> Отложенный постинг

<https://socialblade.com> Статистический сервис для YouTube, Twitch и Instagram

<https://smmplanner.com> Автоматизация наполнения профилей и сообществ в Facebook. «ВКонтакте», Instagram, Twitter и «Одноклассниках»

<https://церебро.рф> Сервис сбора баз пользователей «ВКонтакте» для ретаргета

<https://pepper.ninja> Сервис сбора активной аудитории

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

Образовательный процесс по дисциплине **Мастерская медиаконтента** предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

Образовательный процесс по дисциплине предполагает использование следующего программного обеспечения и информационных справочных систем:

- презентационные материалы (слайды по темам лекционных и практических занятий);
- доступ в режиме on-line в Электронную библиотечную систему (ЭБС)
- доступ в электронную информационно-образовательную среду университета.
- интернет-сервисы и электронные ресурсы (поисковые системы, электронная почта, профессиональные тематические чаты и форумы, системы аудио и видео конференций, онлайн энциклопедии и т.д.)

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

Лекционные, практические занятия, текущий контроль, групповые и индивидуальные консультации требуют использования аудиторий, оснащенных презентационной техникой (проектор, экран, компьютер/ноутбук) с соответствующим программным обеспечением, меловой (и) или маркерной доской. Самостоятельная работа требует использования аудиторий, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет», а также доступом в электронную информационно-образовательную среду университета.

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

Помещения научной библиотеки ПГНИУ для обеспечения самостоятельной работы обучающихся:

1. Научно-библиографический отдел, корп.1, ауд. 142. Оборудован 3 персональными компьютерами 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  
Мастерская медиаконтента**

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

**ПК.1**

**Способен управлять информационными ресурсами**

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b>                                 | <b>Планируемые результаты<br/>обучения</b>   | <b>Критерии оценивания результатов<br/>обучения</b>   |
|--|--|---|
| <p><b>ПК.1.1</b><br/>Создает, редактирует и продвигает контент</p> | <p>Студент знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, знает и умеет создавать фото- и видеоконтент, умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, а также настраивать кампании в рекламных кабинетах социальных сетей</p> | <p align="center"><b>Неудовлетворител</b></p> <p>Студент не знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, не умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, не знает и не умеет создавать фото- и видеоконтент, не умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, а также не умеет настраивать кампании в рекламных кабинетах социальных сетей</p> <p align="center"><b>Удовлетворительн</b></p> <p>Студент не знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, но умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей с ошибками, однако плохо знает и не умеет создавать фото- и видеоконтент, а также не умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне</p> <p align="center"><b>Хорошо</b></p> <p>Студент знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, знает и умеет создавать фото- и видеоконтент, умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, однако у студента возникают сложности с организацией кампании в рекламных кабинетах социальных сетей</p> <p align="center"><b>Отлично</b></p> <p>Студент знает, как разработать smm-стратегию продвижения проекта, умеет писать и редактировать тексты для социальных сетей, знает и умеет создавать фото- и видеоконтент, умеет редактировать его в специальных приложениях на смартфоне, а также настраивать кампании в</p> |

| <b>Компетенция<br/>(индикатор)</b> | <b>Планируемые результаты<br/>обучения</b> | <b>Критерии оценивания результатов<br/>обучения</b>    |
|------------------------------------|--|--|
|                                    |  | <b>Отлично</b><br>рекламных кабинетах социальных сетей |

## Оценочные средства текущего контроля и промежуточной аттестации

Схема доставки : Базовая

**Вид мероприятия промежуточной аттестации :** Зачет

**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 45 до 60

«неудовлетворительно» / «незачтено» менее 45 балла

| Компетенция (индикатор)                                    | Мероприятие текущего контроля  | Контролируемые элементы результатов обучения  |
|--|--|---|
| <b>Входной контроль</b>                                    | Современная медиасфера: разработка и реализация SMM-стратегии<br><b>Входное тестирование</b> | Знание базовых понятий курса: «медиасфера», «целевая аудитория», «каналы коммуникации», «социальные сети», а также понимание функций современной медиасферы, понимание взаимодействия СМИ, пиара и smm как элементов медиасферы, умение писать тексты и анализировать визуальную информацию   |
| <b>ПК.1.1</b><br>Создает, редактирует и продвигает контент | Копирайтинг для социальных сетей (инфостиль)<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b>    | Знание понятий: «общество», «сферы общества», «целевая аудитория», «социальные типы» и «социальная стратификация», «современные СМИ» и «социальные сети», «функции СМИ» и др. Знание определения и предмета изучения social media marketing как показательного примера развития общества в сторону тесного переплетения и созависимости различных сфер жизнедеятельности человека. Знание классификаций контента, его стилей и научных школ, которые занимаются вопросами текста, нарратива, дискурса и др. Умение писать текст, редактировать его. |

| <b>Компетенция (индикатор)</b>                             | <b>Мероприятие текущего контроля</b>   | <b>Контролируемые элементы результатов обучения</b>  |
|--|--|--|
| <b>ПК.1.1</b><br>Создает, редактирует и продвигает контент | Обработка визуального контента<br><b>Письменное контрольное мероприятие</b>  | Навык создания и редактирования текстов, которые наполняют разные социальные сети (ВК, Instagram, Facebook и др.). Умение собирать материал для своих публикаций, использование источников. Знание определений понятий: «сторителлинг», «нейрокопирайтинг», «психолингвистические основы рекламы». |
| <b>ПК.1.1</b><br>Создает, редактирует и продвигает контент | Форматы продвижения в рекламных кабинетах в социальных сетях и на маркетплейсах<br><b>Итоговое контрольное мероприятие</b> | Умение работать в команде, знание алгоритма работы над проектом и умение разработать стратегию smm-продвижения, оформление текстового и визуального контента в одной из социальных сетей, настройка рекламной кампании, защита проекта.  |

### **Спецификация мероприятий текущего контроля**

#### **Современная медиасфера: разработка и реализация SMM-стратегии**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **.5 часа**

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

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

Проходной балл: **0**

| <b>Показатели оценивания</b>  | <b>Баллы</b> |
|---|--------------|
| Текст творческой работы выполнен в жанре эссе с доказательной базой                     | 5            |
| Разнообразные аргументы из разных областей знания                                       | 3            |
| Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, допускается 2 речевых ошибки) | 2            |

#### **Копирайтинг для социальных сетей (инфостиль)**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **14**

| <b>Показатели оценивания</b>  | <b>Баллы</b> |
|---|--------------|
| Каждый правильный ответ на вопрос с развернутым аргументированным объяснением своей точки зрения  | 3            |
| Разнообразные аргументы из разных областей знания, иллюстрация ответа примерами, подкрепленными текстовыми и визуальными данными из социальных сетей. Оценивается | 2            |

|  |   |
|--|---|
| для каждого вопроса.   |   |
| Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, допускается 2 речевых ошибки). Оценивается каждый ответ. | 1 |

### **Обработка визуального контента**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **14**

| <b>Показатели оценивания</b>  | <b>Баллы</b> |
|---|--------------|
| Каждый правильный ответ на вопрос с развернутым аргументированным объяснением своей точки зрения  | 3            |
| Разнообразные аргументы из разных областей знания, иллюстрация ответа примерами, подкрепленными текстовыми и визуальными данными из социальных сетей. Оценивается для каждого ответа. | 2            |
| Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, допускается 2 речевых ошибки). Оценивается для каждого ответа.  | 1            |

### **Форматы продвижения в рекламных кабинетах в социальных сетях и на маркетплейсах**

Продолжительность проведения мероприятия промежуточной аттестации: **1 часа**

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

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

Проходной балл: **17**

| <b>Показатели оценивания</b>  | <b>Баллы</b> |
|---|--------------|
| Проект представлен в одной из социальных сетей в оформленном виде, сформирована рекламная кампания, проведена и представлена в виде аналитики, защита которого проходит по заранее проверенной преподавателем текстовой форме | 17           |
| В проекте представлен разнообразный текстовый и визуальный контент  | 13           |
| Грамотность оформления (отсутствие грамматических ошибок, не допускаются и речевые ошибки)  | 10           |