

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
ФГБОУ ВО «БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе  
д.юр.н., доц. Васильева Н.В.



26.06.2023г.

**Рабочая программа дисциплины**  
**Б1.О.14. Создание медиаконтента**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью  
Квалификация выпускника: бакалавр  
Форма обучения: очная

Курс	2
Семестр	21
Лекции (час)	28
Практические (сем, лаб.) занятия (час)	42
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам (час)	74
Курсовая работа (час)	
Всего часов	144
Зачет (семестр)	21
Экзамен (семестр)	

Иркутск 2023

Программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению 42.03.01  
Реклама и связи с общественностью.

Автор О.В. Красноярова

Рабочая программа обсуждена и утверждена на заседании кафедры  
журналистики и маркетинговых технологий

Заведующий кафедрой И.Н. Демина

### 1. Цели изучения дисциплины

Целями освоения дисциплины «Создание медиаконтента» является формирование системного представления о медиаконтенте и медиатексте, а также получение знаний о закономерностях и тенденциях развития современного медиаконтента, который конструируется и репрезентируется в СМИ, знакомство с типологией современных медиатекстов, изучения медиатекстов различных видов.

### 2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

#### Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Код компетенции по ФГОС ВО	Компетенция
ОПК-7	Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности

#### Структура компетенции

Компетенция	Формируемые ЗУНы
ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности	З. Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности У. Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности Н. Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности

### 3. Место дисциплины (модуля) в структуре образовательной программы

Принадлежность дисциплины - БЛОК 1 ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛИ): Обязательная часть.

Предшествующие дисциплины (освоение которых необходимо для успешного освоения данной): "Информационные технологии"

Дисциплины, использующие знания, умения, навыки, полученные при изучении данной: "Рекламные технологии", "Стратегический маркетинг"

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах с указанием количества академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу обучающихся

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 зач. ед., 144 часов.

Вид учебной работы	Количество часов
Контактная(аудиторная) работа	
Лекции	28
Практические (сем, лаб.) занятия	42
Самостоятельная работа, включая подготовку к экзаменам и зачетам	74
Всего часов	144

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

**5.1. Содержание разделов дисциплины**

№ п/п	Раздел и тема дисциплины	Семестр	Лекции	Семинар Лаборат. Практич.	Самостоят. раб.	В интерактивной форме	Формы текущего контроля успеваемости
1	Понятие медиаконтента. Виды.	21	2	4	5		Написать эссе
2	Первичный и вторичный медиаконтент.	21	2	4	5		
3	Медиатекст.	21	10	16	20		Написать реферат по теме 3. Творческое задание (создать лонгрид). Подготовиться к коллоквиуму по теме 3
4	Интернет-СМИ социального предназначения и социальной тематики.	21	4	10	10		
5	Подкасты.	21	2	2	10		
6	Инфографика.	21	4	2	12		Творческое задание (инфографика)
7	Медиаконтент в рекламе.	21	4	4	12		
	<b>ИТОГО</b>		28	42	74		

**5.2. Лекционные занятия, их содержание**

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
1	Понятие медиаконтента. Классификация	Сферы употребления понятия "медиаконтент". Широкое употребление термина "медиаконтент", обозначающего содержательно-тематическую информацию, транслируемую с помощью средств массовой информации (СМИ), массовой коммуникации (МК) и Интернет-коммуникации. Виды медиаконтента в зависимости от транслятора: а) медиаконтент СМИ (пресса, радио, телевидение, информационные агентства; б) медиаконтент МК (материалы СМИ, реклама, кино и пр.); медиаконтент интернет-ресурсов (интернет-порталы, социальные сети, базы данных в открытом доступе, веб-сайты и пр.). Виды медиаконтента в зависимости от авторства: а) журналистский; б) пользовательский; в) институциональный. Виды по тематике: политика, социальная проблематика, экономика, культура, спорт, мода и пр.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
		Виды медиаконтента по способам "упаковки": а) текст; б) инфографика; в) изображение (фотография, рисунок); г) видеоконтент; д) аудио; е) анимация.
2	Первичный и вторичный медиаконтент.	Первичный - уникальный авторский медиаконтент. Вторичный медиаконтент: а) рерайтинг; б) агрегация (новостные агрегаторы); в) открытые базы данных.
3	Понятие медиатекста.	Интернет - информационная среда формирования медиаконтента. Реализация медиаконтента в медиатексте. Свойства медиатекста: гипертекстуальность, интерактивность, мультимедийность, модульность, конвергентность.
4	Мультимедийность медиатекста.	Современный медиатекст и факторы интерактивности, мультимедийности. Как интерактивность и мультимедийность влияют на структуру медиатекста. Отличие мультимедийного текста от традиционного текста. Структура мультимедийного текста.
5	Журналистские жанры и форматы медиатекстов в Интернете.	Эволюция жанров и форматов в цифровой среде: диффузия и гибридность. Структурирование информации и расстановка акцентов. Лонгрид, его структура. Мультимедийная статья.
6	Сторителлинг.	Сторителлинг - технология, как рассказывать истории. Правила сторителлинга. Сторителлинг в рекламе и в журналистике. Сторителлинг в имиджевых проектах.
7	Адаптация медиаконтента к социальным сетям.	Как СМИ работают с социальными сетями, продвижение медиаконтента в социальных сетях. Применение хэштегов. Авторство в сети. Блогинг профессиональных журналистов. Взаимодействие с аудиторией, обратная связь. Аудитория социальных сетей.
8	Интернет-СМИ и социальный медиаконтент (1).	Социальная тематика в СМИ. Миссия интернет-СМИ. Краудсорсинг.
9	Интернет-СМИ и социальный медиаконтент (2).	Рассмотрение основных рейтинговых социальных интернет-СМИ. Творчество и деятельность Д. Соколова-Митрича.
10	Виртуальная реальность и СМИ	Опыт создания VR-проектов "РИА-новости". Подкасты РИА-новости на YouTube.
11	Инфографика (1).	История возникновения инфографики в российских и зарубежных СМИ.
12	Инфографика (2)	Инфографика как разновидность креолизованного текста. Визуальное представление количественной информации. Инфографика отражает: 1. статистика и отчеты, 2. справочная информация, и др. Реализуется через иллюстрации, видео, анимацию, чертежи и схемы, карты. Онлайн-инструменты создания инфографики (Инфограм, Пиксельмап, Thingling)/
13	Копирайтинг в рекламе (1).	Модульное объявление, составляющие - вербальный и невербальный ряд. Невербальное: ай-стоппер и рекламный образ. Приемы создания рекламного образа. Понятие слогана. Функции слогана. Виды слоганов: корпоративные и товарные, стратегические и тактические.

№ п/п	Наименование разделов и тем	Содержание
14	Копирайтинг в рекламе (2).	<p>Классификация по типу повествования: текст-история, текст-рассказ от первого лица, текст-интрига и др.</p> <p>Создание рекламного текста. Определение целей и жанра.</p> <p>Предварительный сбор материала перед написанием текста (профиль товара, выделение УТП, изучение целевой аудитории и пр.).</p> <p>Общие правила написания текста.</p> <p>Структура рекламного текста: Заголовок. Требования к заголовку.</p> <p>Основной текст (начало и концовка, особенности зачина рекламного текста, требования к информативности и коммуникативности).</p> <p>Эхо-фраза или кода (заключительная фраза).</p> <p>Художественно-выразительные средства рекламного текста.</p>

### 5.3. Семинарские, практические, лабораторные занятия, их содержание

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
1	Введение. Определение понятия. Проводится в форме семинарского занятия.
1	Классификация медиаконтента. Виды и разновидности медиаконтента. Проводится в форме семинарского занятия
2	Медиаконтент по степени авторства - личностный и безличностный. Различие первичного и вторичного медиаконтентов. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Понятие медиатекста. Свойства медиатекста. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Мультимедийность медиатекста. Отличие мультимедийного медиатекста от традиционного текста СМИ. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Агрегация. Новостные агрегаторы. Проводится в форме практического занятия.
3	Рейтинг. Правила рейтинга. Проводится в форме практического занятия.
3	Лонгрид. Создание лонгрида. Анализ примеров. Проводится в форме семинарского занятия.
3	Работа на платформе Tilda. Создание лонгрида на платформе Tilda. Проводится в форме практического занятия.
4	Интернет-СМИ "Такие дела". Рассмотрение интернет-СМИ "Такие дела". Проводится в форме практического занятия.
4	Интернет-СМИ "Правмир". Рассмотрение интернет-СМИ "Правмир".
5	Подкасты РИА-новости. Анализ подкастов РИА-новости.
6	Инфографика. Коллекции инфографики, изучение лучших. Знакомство с приложениями и сервисами. Проводится в форме практического занятия.
7	Рекламный копирайтинг. Разработка слогана. Проводится в форме практического занятия.
7	Рекламный текст. Написание рекламного текста.

№ раздела и темы	Содержание и формы проведения
	Проводится в форме практического занятия.

## 6. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации по дисциплине (полный текст приведен в приложении к рабочей программе)

### 6.1. Текущий контроль

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
1	1. Понятие медиаконтента. Виды.	ОПК-7	З.Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности У.Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности Н.Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности	Написать эссе	Полнота раскрытия темы, аргументированность выводов - 5 баллов; креативность - 5 баллов. (10)
2	3. Медиатекст.	ОПК-7	З.Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности У.Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности Н.Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности	Написать реферат по теме 3	Полнота и глубина раскрытия темы - 10 баллов; логичность и аргументированность - 10 баллов; объем изученных источников - 10 баллов. (30)
3		ОПК-7	З.Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности	Подготовиться к коллоквиуму по теме 3	Активное участие в коллоквиуме - 5 баллов; верные ответы - 5 баллов. (10)

№ п/п	Этапы формирования компетенций (Тема из рабочей программы дисциплины)	Перечень формируемых компетенций по ФГОС ВО	(ЗУНы: (З.1...З.п, У.1...У.п, Н.1...Н.п)	Контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы (Наименование оценочного средства)	Описание показателей и критериев оценивания компетенций на различных этапах их формирования, описание шкал оценивания (по 100-балльной шкале)
			У. Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности Н. Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности		
4		ОПК-7	З. Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности У. Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности Н. Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности	Творческое задание (создать лонгрид)	Грамотность и компетентность - 20 баллов; креативность - 20 баллов. (40)
5	6. Инфографика.	ОПК-7	З. Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности У. Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности Н. Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности	Творческое задание (инфографика)	Креативность - 10 баллов. (10)
				<b>Итого</b>	<b>100</b>



## 6.2. Промежуточный контроль (зачет, экзамен)

### Рабочим учебным планом предусмотрен Зачет в семестре 21.

#### ВОПРОСЫ ДЛЯ ПРОВЕРКИ ЗНАНИЙ:

1-й вопрос билета (30 баллов), вид вопроса: Тест/проверка знаний. Критерий: Верный ответ (в тесте 15 вопросов, 2 балла за правильный ответ).

**Компетенция: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**  
Знание: Знать теорию журналистики, эффекты профессиональной деятельности

1. Видеохостинг.
2. Виды подкастов.
3. Вторичный медиаконтент.
4. Инфографика.
5. Как интерактивность и мультимедийность влияют на структуру медиатекста.
6. Классификация видов медиаконтента.
7. Копирайтинг в рекламе.
8. Лонгрид, его структура.
9. Медиаконтент как медийное сообщение.
10. Отличие мультимедийного текста от традиционного текста.
11. Первичный медиаконтент.
12. Правила сторителлинга.
13. Современный медиатекст и факторы интерактивности, мультимедийности.
14. Сторителлинг в имиджевых проектах.
15. Сторителлинг в рекламе и в журналистике.
16. Структура мультимедийного текста.
17. Структурирование информации и расстановка акцентов.
18. Эволюция жанров и форматов в цифровой среде: диффузия и гибридность.

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ УМЕНИЙ:

2-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на умение. Критерий: Компетентное выполнение.

**Компетенция: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**

Умение: Уметь пользоваться знаниями теории журналистики, знать эффекты профессиональной деятельности

Задача № 1. Сравнительный анализ статьи и лонгрида.

#### ТИПОВЫЕ ЗАДАНИЯ ДЛЯ ПРОВЕРКИ НАВЫКОВ:

3-й вопрос билета (35 баллов), вид вопроса: Задание на навыки. Критерий: Компетентное выполнение.

**Компетенция: ОПК-7 Способен учитывать эффекты и последствия своей профессиональной деятельности, следуя принципам социальной ответственности**

Навык: Навык теоретического анализа процессов журналистики, эффектов профессиональной деятельности

Задание № 1. Оценка медиаконтента

## ОБРАЗЕЦ БИЛЕТА

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования <b>«БАЙКАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ» (ФГБОУ ВО «БГУ»)</b>	Направление - 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Профиль - Реклама и связи с общественностью Кафедра журналистики и маркетинговых технологий Дисциплина - Создание медиаконтента
---	--

### БИЛЕТ № 1

1. Тест (30 баллов).
2. Сравнительный анализ статьи и лонгрида. (35 баллов).
3. Оценка медиаконтента (35 баллов).

Составитель \_\_\_\_\_ О.В. Красноярова

Заведующий кафедрой \_\_\_\_\_ И.Н. Демина

#### **7. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)**

##### **а) основная литература:**

1. Коханова Л. А., Калмыков А. А. Интернет-журналистика/ Л.А. Коханова.- Москва: Юнити-Дана, 2015.-383 с.
2. Уланова М. А. Интернет-журналистика. Практическое руководство. учеб. пособие для вузов/ М. А. Уланова.- М.: Аспект Пресс, 2014.-237 с.
3. Интернет-СМИ. Теория и практика. рек. УМО по клас. унив. образованию. учебное пособие для вузов/ Алексеева А. О. [и др.]- М.: Аспект Пресс, 2013.-348 с.
4. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика. допущено УМО высшего образования. учеб. пособие для бакалавриата и магистратуры/ Е. А. Баранова.- М.: Юрайт, 2014.-269 с.
5. [СЕО-копирайтинг 2.0. Как писать тексты в эру семантического поиска \[Электронный ресурс\] / И.С. Шамина \[и др.\]. — Электрон. текстовые данные. — М. : Инфра-Инженерия, 2018. — 260 с. — 978-5-9729-0210-1. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/78250.html>](http://www.iprbookshop.ru/78250.html)
6. [Баранова, Е. А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е. А. Баранова. — М. : Издательство Юрайт, 2017. — 269 с. — URL: <https://www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F>](https://www.biblio-online.ru/book/3F0952EA-7807-41BD-9919-B840258F171F)
7. [Кузьмина, Н.А. Современный медиатекст. \[Электронный ресурс\] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2014. — 416 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/72767>](http://e.lanbook.com/book/72767)

##### **б) дополнительная литература:**

1. Алтунян А. Г. Анализ политических текстов. учеб. пособие для вузов. курс лекций/ А. Г. Алтунян.- М.: Логос, 2006.-383 с.
2. Свитич Л. Г. Введение в специальность. Профессия: журналист. учеб. пособие для вузов. рек. УМО по клас. унив. образованию. 2-е изд., испр. и доп./ Л. Г. Свитич.- М.: Аспект Пресс, 2006.-255 с.
3. Ким М. Н. Жанры современной журналистики/ М. Н. Ким.- СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2004.-335 с.

4. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика. учеб. пособие. рек. Учеб.-метод. центром "Профессиональный учебник"/ А. А. Калмыкова, Л. А. Коханова.- М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2005.-383 с.
5. Адамьянц Т. З. Коммуникативные механизмы понимания: знак, значение, смысл. Интенция как смысловая доминанта коммуникативного акта (от знака и значения - к смыслу)/ Т. З. Адамьянц// № 2, С. 71-80, 2008, ч.з 2-202
6. Амзин А. А. Новостная интернет - журналистика. 2-е изд., испр. и доп./ А.А. Амзин.- Москва: Аспект Пресс, 2012.-144 с.
7. Красноярова О. В. Новые медиаплатформы: принципы функционирования и классификация/ О. В. Красноярова// Вопросы теории и практики журналистики
8. Бердышев С. Н. Рекламный текст. Методика составления и оформления. 2-е изд./ С. Н. Бердышев.- М.: Дашков и К, 2011.-252 с.
9. Адамьянц Т. З. Социальные коммуникации. учеб. пособие для вузов. допущено Советом УМО вузов России по образованию в обл. менеджмента/ Т. З. Адамьянц.- М.: Дрофа, 2009.-204 с.
10. Яшина Е. А. Языковые средства создания алогизма в художественном тексте/ Е. А. Яшина// Филологические науки
11. Красноярова О.В. Структура журналистского текста.- Изд-во Иркутской государственной экономической академии, 2002.- 208 с.
12. [Алтунян А.Г. Анализ политических текстов \[Электронный ресурс\] : учебное пособие / А.Г. Алтунян. — Электрон. текстовые данные. — М. : Логос, 2017. — 384 с. — 978-5-98704-479-7. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/66409.html>](#)
13. [Большева С.А. Медиапредприятие в условиях конвергенции \(на примере делового еженедельника «Экономика и жизнь»\) \[Электронный ресурс\] : учебно-методическое пособие / С.А. Большева, А.С. Юферева. — Электрон. текстовые данные. — Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2016. — 108 с. — 978-5-7996-1854-4. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/65943.html>](#)
14. [Валгина Н.С. Теория текста / Н.С. Валгина.- М., 2003. \[Электронный ресурс\]. - URL.: <http://evartist.narod.ru/text14/01.htm>](#)
15. [Жанры, журналисты, творчество. \[Электронный ресурс\] — Электрон. дан. — М. : МГИМО, 2015. — 184 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/65846>](#)
16. [Калмыков А.А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А.А. Калмыков. - М., 2009. URL.: <http://www.evartist.narod.ru/text19/159.htm>](#)
17. [Калмыков А.А. Интернет-журналистика \[Электронный ресурс\] : учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — Электрон. текстовые данные. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2012. — 383 с. — 5-238-00771-X. — Режим доступа: <http://www.iprbookshop.ru/34458.html>](#)
18. [Тошович, Б. Интернет-стилистика. \[Электронный ресурс\] — Электрон. дан. — М. : ФЛИНТА, 2015. — 238 с. — Режим доступа: <http://e.lanbook.com/book/74652>](#)

#### **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины (модуля), включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы**

Для освоения дисциплины обучающемуся необходимы следующие ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»:

- Сайт Байкальского государственного университета, адрес доступа: <http://bgu.ru/>, доступ круглосуточный неограниченный из любой точки Интернет
- Библиотека Evarist «Журналистика», адрес доступа: <http://www.evartist.narod.ru/journ.htm>, доступ неограниченный
- Библиотека Журналиста, адрес доступа: <http://journalism.narod.ru/>, доступ неограниченный

- Журнал «Вопросы теории и практики журналистики», адрес доступа: <http://jq.isea.ru/>. доступ неограниченный
- Интернет-версия журнала «Журналист», адрес доступа: <http://journalist-virt.ru>. доступ неограниченный
- КиберЛенинка, адрес доступа: <http://cyberleninka.ru>. доступ круглосуточный, неограниченный для всех пользователей, бесплатное чтение и скачивание всех научных публикаций, в том числе пакет «Юридические науки», коллекция из 7 журналов по правоведению
- Новый репортер, сайт о новых медиа, адрес доступа: <http://newreporter.org/>. доступ неограниченный
- Электронная библиотека Раздел "Журналистика", адрес доступа: <http://www.gumer.info/>. доступ неограниченный
- Электронный журнал «Медиаскоп», адрес доступа: <http://www.mediascope.ru/>. доступ неограниченный

## **9. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)**

Изучать дисциплину рекомендуется в соответствии с той последовательностью, которая обозначена в ее содержании. Для успешного освоения курса обучающиеся должны иметь первоначальные знания в области массмедиа.

На лекциях преподаватель озвучивает тему, знакомит с перечнем литературы по теме, обосновывает место и роль этой темы в данной дисциплине, раскрывает ее практическое значение. В ходе лекций студенту необходимо вести конспект, фиксируя основные понятия и проблемные вопросы.

Практические (семинарские) занятия по своему содержанию связаны с тематикой лекционных занятий. Начинать подготовку к занятию целесообразно с конспекта лекций. Задание на практическое (семинарское) занятие сообщается обучающимся до его проведения. На семинаре преподаватель организует обсуждение этой темы, выступая в качестве организатора, консультанта и эксперта учебно-познавательной деятельности обучающегося.

Изучение дисциплины (модуля) включает самостоятельную работу обучающегося.

Основными видами самостоятельной работы студентов с участием преподавателей являются:

- текущие консультации;
- коллоквиум как форма контроля освоения теоретического содержания дисциплин: (в часы консультаций, предусмотренные учебным планом);
- прием и разбор домашних заданий (в часы практических занятий);
- прием и защита лабораторных работ (во время проведения занятий) и др.

Основными видами самостоятельной работы студентов без участия преподавателей являются:

- формирование и усвоение содержания конспекта лекций на базе рекомендованной лектором учебной литературы, включая информационные образовательные ресурсы (электронные учебники, электронные библиотеки и др.);
- самостоятельное изучение отдельных тем или вопросов по учебникам или учебным пособиям;
- написание рефератов, докладов;
- подготовка к семинарам и лабораторным работам;
- выполнение домашних заданий в виде решения отдельных задач, проведения типовых расчетов, расчетно-компьютерных и индивидуальных работ по отдельным разделам содержания дисциплин и др.

**10. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине (модулю), включая перечень программного обеспечения**

В учебном процессе используется следующее программное обеспечение:

- MS Office,
- OpenOffice.org,

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

В учебном процессе используется следующее оборудование:

- Помещения для самостоятельной работы, оснащенные компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду вуза,
- Учебные аудитории для проведения: занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, практических занятий, выполнения курсовых работ, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, укомплектованные специализированной мебелью и техническими средствами обучения