

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса  
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

УТВЕРЖДАЮ

Проректор  
по учебной и методической работе

\_\_\_\_\_  
(подпись) Е.А. Каменева

« 4 » июня 2024 г.

**Трошин А.А.**

**Создание аудиовизуального контента**

Рабочая программа дисциплины

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

*Рекомендовано Ученым советом  
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций  
(протокол № 43 от 21.05.2024 г.)*

*Одобрено Советом учебно-научной  
Кафедры массовых коммуникаций и медиабизнеса  
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций  
(протокол № 7 от 6.05.2024 г.)*

Москва 2024

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

**«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ  
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса  
Факультета социальных наук и массовых коммуникаций**

**Трошин А.А.**

**Создание аудиовизуального контента**

**Рабочая программа дисциплины**

для студентов, обучающихся по направлению подготовки  
42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Москва 2024

## СОДЕРЖАНИЕ

1.	Наименование дисциплины	4
2.	Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	4
3.	Место дисциплины в структуре образовательной программы	8
4.	Объем дисциплины(модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся	8
5.	Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	9
5.1	Содержание дисциплины	9
5.2	Учебно-тематический план	13
5.3	Содержание семинаров, практических занятий	18
6.	Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине	21
7.	Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	27
8.	Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	39
9.	Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины	41
10.	Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	42
11.	Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	44
12.	Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине	45

## 1. Наименование дисциплины

«Создание аудиовизуального контента»

## 2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине

Образовательная программа: Реклама и связи с общественностью  
Профиль «Интегрированные коммуникации»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<b>ПКП-2</b>	Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом	1. Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта	<b>Знать:</b> способы разработки стратегии интегрированных коммуникаций в управлении организацией-объектом <b>Уметь:</b> совершенствовать процессы управления коммуникациями организации-объекта
		2. Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты	<b>Знать:</b> структуру интегрированных коммуникаций <b>Уметь:</b> определять ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты
		3. Координирует коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта	<b>Знать:</b> коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта <b>Уметь:</b> координировать коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта

<b>ПКП-3</b>	Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций	1. Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей	<b>Знать:</b> обоснования коммуникационной и экономической эффективности в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций <b>Уметь:</b> рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей
		2. Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции	<b>Знать:</b> способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции <b>Уметь:</b> предлагать способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции
		3. Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций	<b>Знать:</b> показатели и критерии коммуникационной и экономической эффективности в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций <b>Уметь:</b> организовать программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций

Образовательная программа: Реклама и связи с общественностью  
Профиль «Медиаинновации»

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<b>ПКП-4</b>	Способность управлять проектной деятельностью по разработке и тестированию творческих и креативных решений для коммуникационной продукции в соответствии с потребностями общества	1. Применяет процедуру фасилитации для развития способностей команды медиапроекта в разработке и принятии решений	<b>Знать:</b> структуру и способы управления проектной деятельностью по разработке творческих и креативных решений для коммуникационной продукции <b>Уметь:</b> применять процедуру фасилитации для развития способностей команды медиапроекта в разработке и принятии решений
		2. Координирует решения по развитию медиапродукта и развитию потребителей медиа	<b>Знать:</b> структуру потребностей общества в функционировании и развитии медиа <b>Уметь:</b> координировать решения по развитию медиапродукта и развитию потребителей медиа
		3. Организует работу по тестированию и корректировке прототипа медиапродукта	<b>Знать:</b> способы тестирования и корректировки медиапродукта <b>Уметь:</b> организовать работу по тестированию и корректировке прототипа медиапродукта
<b>ПКП-5</b>	Способность изменять существующие и создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий	1. Анализирует действующие бизнес-модели и бизнес-процессы медиапроекта	<b>Знать:</b> существующие бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий <b>Уметь:</b> анализировать действующие бизнес-модели и бизнес-процессы медиапроекта
		2. Разрабатывает проект организационных изменений для развития медиа	<b>Знать:</b> способы создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий <b>Уметь:</b> разрабатывать проект организационных изменений для развития медиа
		3. Реализует коммуникационное сопровождение	<b>Знать:</b> структуру коммуникационного

		проекта изменений для развития медиа	сопровождения проекта развития медиа <b>Уметь:</b> реализовать коммуникационное сопровождение проекта изменений для развития медиа
--	--	--	---

Образовательная программа «Связи с общественностью в политике и бизнесе»  
/ Public Relations in Politics and Business »  
Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе»  
/ Public Relations in Politics and Business »

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с компетенциями/индикаторами достижения компетенции
<b>ПКН-1</b>	Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными индустриями, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента.	<b>Знать:</b> способы выявления и изучения потребностей общества и коммуникационных индустрий в коммуникационных продуктах. <b>Уметь:</b> создавать коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента.
		2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<b>Знать:</b> нормы русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. <b>Уметь:</b> корректировать созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.
<b>ПКП-4</b>	Способность эффективно влиять на общественное мнение	1. Использует PR-технологии для формирования благоприятного общественного мнения об организации.	<b>Знать:</b> арсенал и эффекты воздействия PR-технологий на общественное мнение <b>Уметь:</b> использовать PR-технологии для формирования благоприятного общественного мнения об организации

		2. Использует GR-технологии для формирования коммуникации с органами власти и защиты интересов компании.	<b>Знать:</b> знать назначение и содержание GR-технологий <b>Уметь:</b> использовать GR-технологии для формирования общественного мнения организации
--	--	--	---

### 3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Создание аудиовизуального контента» входит цикл профиля (элективный) ОП "Связи с общественностью в политике и бизнесе /Public Relations in Politics and Business", профиль: "Связи с общественностью в политике и бизнесе/ Public Relations in Politics and Business". Является дисциплиной профиля для образовательной программы «Реклама и связи с общественностью»: профиль «Интегративные коммуникации», профиль «Медиаинновации».

Дисциплина «Создание аудиовизуального контента» дает обучающимся возможность сформировать теоретические основания (знания) и выработать практические навыки (умения) для решения задач в будущей профессиональной деятельности по направлению коммуникационных активностей и производственных процессов, составляющих содержание данной учебной дисциплины.

### 4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся

Таблица 1

Профиль «Интегрированные коммуникации», «Медиаинновации»

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	4/144	144
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	50	50
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	34	34
<b>Самостоятельная работа</b>	94	94
<i>Вид текущего контроля</i>	Проектная работа	Проектная работа



Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен
------------------------------	---------	---------

Таблица 1

Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе»  
/ Public Relations in Politics and Business»

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	3/108	108
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	50	50
Лекции	16	16
Семинары, практические занятия	34	34
<b>Самостоятельная работа</b>	58	58
<i>Вид текущего контроля</i>	Контрольная работа	Контрольная работа
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

Таблица 1

Профиль «Медиаинновации» (Институт онлайн-образования)

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр 7 (в часах)
<b>Общая трудоемкость дисциплины</b>	4/144	144
<b>Контактная работа - Аудиторные занятия</b>	34	34
Лекции	-	-
Семинары, практические занятия	34	34
<b>Самостоятельная работа</b>	110	110
<i>Вид текущего контроля</i>	Проектная работа	Проектная работа
Вид промежуточной аттестации	Экзамен	Экзамен

**5.Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий**

**5.1. Содержание дисциплины**

**Тема 1. Аудиосреда и специфика её создания.**

Понятие об аудиосреде. Воздействие и особенности восприятия звуковых сред. Аудиопространство городской среды. Аудио как объект художественного производства. Аудио в журналистике (журналистские жанры и формы). Форматы радиостанции и интернет-вещания как аудиосреда: музыкальные, новостные, разговорные форматы. Специфика аудио в интернете: soundmaps и пр. Звук в мультимедийных и трансмедийных проектах. Звук в визуальных проектах.

## **Тема 2. Визуальная среда современной медиакультуры. Виды современного видеоконтента.**

Зрительное восприятие информации как когнитивная способность. Визуальность как совокупность оптических медиумов и как область культуры, включающая в себя визуальный имидж, изобразительное искусство, фотографию, кино, дизайн, компьютерные интерфейсы, архитектурные облики и ландшафты. Визуализация как парадигма современной массовой культуры. «Визуальный поворот» – смещение интереса философов, исследователей культуры и коммуникации к проблемам иконических знаковых систем: «иконология» У.Дж.Т. Митчелла, «визуальная культура» Н. Мирзоева, «софт-культура» Л. Мановича и др.

Особенности контента для коммерческого и некоммерческого использования. Понятие «видеомаркетинг», прямая видеореклама и нативные видеоролики, методы и технологии проектирования нативной рекламы. Видеосреда пост-экранных технологий: вывод экранных коммуникаций за грани экранов, использование городского пространства (интерактивная архитектура, медиафасады, социальные роботы). Технологии виртуальной реальности и дополненной реальности.

Проблема достоверности видеоинформации в современных коммуникациях. Дипфейк другие технологии создания видео с помощью искусственного интеллекта. Проблемы информационной безопасности.

## **Тема 3. Основы продюсерской деятельности в создании аудиовизуального контента.**

Регулирование отношений в аудиовизуальной сфере. Договоры на создание и использование аудиовизуальных произведений. Дистрибуция контента. Бюджетирование: оценка постановочной сложности проекта и его сметной стоимости. Взаимодействие продюсера с заказчиком на разных этапах производства. Управление рисками информационной безопасности. Способы и правовые основания внесудебной защиты результатов деятельности по созданию аудиовизуального контента.

#### **Тема 4. Творческий замысел создания аудио- и видеоролика.**

Методы и техники креативного мышления. Основы исследования литературного материала, принципы работы с готовыми сценариями. Методы написания сценария по оригинальным замыслам и темам. Современный сторителлинг и традиционная драматургия. Понятия дискурс и нарратив. Генерация сюжетных идей, художественно-образных концепций в творческом коллективе: обсуждение, дискуссия, мозговой штурм, фрирайтинг. История культуры и искусства как актуальный ресурс творческой деятельности.

#### **Тема 5. Этапы организации производства аудиоконтента.**

Базовые правила работы со звуком. Современное технологическое и программное обеспечения для формирования аудиоконтента. Звукозапись. Современные монтажные программы для работы со звуком. Программы-генераторы плей-листов. Особенности создания системы фильтров и отбора музыкального материала. Принципы саунд-дизайна.

#### **Тема 6. Этапы подготовки и организации видеосъемок.**

Основные понятия представления данных в видео. Различия компьютерного и телевизионного видео. Принципы подготовки и обеспечения процесса видеосъемок; режиссерский постановочный сценарий и операторская экспликация. Методы создания изобразительно-декорационного оформления; выбор и подготовка локаций и сцен для видеосъемки. Принципы разработки

декораций, освещения, костюмов, реквизита. Планирование съемки. Раскадровка. Организация и проведение кастингов.

Организация съемок. Оборудование, применяемое для видео и киносъемки. Поиск локаций. Освещение и работа с ним на съемочной площадке. Виды камер и их особенности. Объективы для видеосъемки. Фокусное расстояние. Кадрирование пятен. Правило третей. Правило диагоналей. Ритм. Контраст. Потеря главного объекта на пестром фоне. Точка съемки, использование различных ракурсов.

Анализ отснятого материала. Визуальная композиция кадров и ее значение в монтажной конструкции. Основные принципы и законы монтажа видеороликов: ассоциативный, параллельный, контрастный, замещающий типы монтажа. Монтаж причины и следствия. Монтаж по форме. Применение эффектов. Использование масок. Создание титров. Методы цветокоррекции и создания визуальных спецэффектов. Хроматический ключ. Футаж. Пререндеринг. Хромакей. Анимация.

Основы аудиовизуальной композиции. Работа со звуком. Импорт и экспорт звуковых файлов. Понятие фонового шума. Звуковые эффекты. Спектограмма. Параметрический эквалайзер. Графический эквалайзер. Стереозвук. Понятие сведения звука. Микширование. Сэмплы.

## **Тема 7. Нейросетевые технологии в креативных индустриях.**

Принципы работы генеративных нейросетей. Контекстное обучение. Промт-дизайн как сфера деятельности. Особенности преобразования текста в текст, текста в изображение и текста в видео. Новые модели искусственного интеллекта.

## **Тема 8. Размещение аудиовизуального контента в социальных сетях.**

Освоение системного подхода к размещению видеоконтента; определение специфики каналов коммуникаций. Форматы аудио- и видеофайлов. Экспорт файлов для Internet, видео, трансмедиа и мультимедиа. Стандарты сжатия

видеоданных. Пространственное (покадровое) сжатие. Потокосное сжатие. Битрейт. Рендеринг.

## 5.2. Учебно-тематический план

Таблица 2

Профиль «Интегрированные коммуникации», «Медиаинновации»

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа-Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1	Аудиосреда и ее специфика создания	16	6	2	4	10	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор теоретических оснований для исследований по теме 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.
2	Визуальная среда современной медиа-культуры. Виды современного видеоконтента	16	6	2	4	10	1. Формирование знаний: анализ трендов и прогнозов по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.
3	Основы продюсерской деятельности в создании аудиовизуального контента	16	6	2	4	10	1. Формирование знаний: обзор эмпирических и методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: анализ кейса.
4	Творческий замысел	28	8	2	6	20	1. Формирование знаний:

	создания аудио-и видеоролика						<p>обзор теоретических и эмпирических оснований для исследований по теме;</p> <p>моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</p> <p>2. Формирование умений:</p> <p>опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; творческое задание.</p>
5	Этапы организации производства аудиоконтента	18	6	2	4	12	<p>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме;</p> <p>моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</p> <p>2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.</p>
6	Этапы подготовки и организации видеосъемок	16	6	2	4	10	<p>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме;</p> <p>моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</p> <p>2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.</p>
7	Нейросетевые технологии в креативных индустриях	16	6	2	4	10	<p>1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для</p>

							проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: индивидуальная работа.
8	Размещение аудиовизуального контента в социальных сетях	18	6	2	4	12	2. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 3. Формирование умений: групповое упражнение.
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>50</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>94</b>	<b>Согласно учебному плану:</b> проектная работа
	Итого %	<b>100%</b>	<b>35%</b>	<b>32%</b>	<b>68%</b>	<b>65%</b>	

Таблица 2

Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе»  
/Public Relations in Politics and Business»

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1	Аудиосреда и ее специфика создания	14	6	2	4	8	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор теоретических оснований для исследований по теме 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.
2	Визуальная среда современной медиа-культуры. Виды современного видеоконтента	14	6	2	4	8	4. Формирование знаний: анализ трендов и прогнозов по теме. 5. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.
3	Основы продюсерской деятельности в	14	6	2	4	8	6. Формирование знаний:

	создании аудиовизуального контента						<p>обзор эмпирических и методических оснований для исследований по теме;</p> <p>обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме;</p> <p>анализ лучших практик по теме.</p> <p>7. Формирование умений:</p> <p>анализ кейса.</p>
4	Творческий замысел создания аудио- и видеоролика	18	8	2	6	10	<p>8. Формирование знаний:</p> <p>обзор теоретических и эмпирических оснований для исследований по теме;</p> <p>моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</p> <p>9. Формирование умений:</p> <p>опрос и дискуссия по учебным вопросам темы;</p> <p>творческое задание.</p>
5	Этапы организации производства аудиоконтента	14	6	2	4	8	<p>10. Формирование знаний:</p> <p>обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме;</p> <p>моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</p> <p>11. Формирование умений:</p> <p>постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.</p>
6	Этапы подготовки и организации видеосъемок	12	6	2	4	6	<p>12. Формирование знаний:</p> <p>обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме;</p>



							моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 13. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.
7	Нейросетевые технологии в креативных индустриях	10	6	2	4	4	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: индивидуальная работа.
8	Размещение аудиовизуального контента в социальных сетях	12	6	2	4	6	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: групповое упражнение.
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>108</b>	<b>50</b>	<b>16</b>	<b>34</b>	<b>58</b>	<b>Согласно учебному плану:</b> контрольная работа
	<b>Итого %</b>	<b>100%</b>	<b>46%</b>	<b>32%</b>	<b>68%</b>	<b>54%</b>	

Таблица 2

Профиль «Медиинновации» (Институт онлайн-образования)

№	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах					Формы текущего контроля успеваемости
		Всего	Контактная работа-Аудиторная работа			Самостоятельная работа	
			Общая, в т.ч.:	Лекции	Семинары, практические занятия		
1	Аудиосреда и ее создания	14	4		4	10	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор теоретических

							оснований для исследований по теме 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.
2	Визуальная среда современной медиа-культуры. Виды современного видеоконтента	14	4		4	10	1. Формирование знаний: анализ трендов и прогнозов по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.
3	Основы продюсерской деятельности в создании аудиовизуального контента	14	4		4	10	1. Формирование знаний: обзор эмпирических и методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: анализ кейса.
4	Творческий замысел создания аудио- и видеоролика	26	6		6	20	1. Формирование знаний: обзор теоретических и эмпирических оснований для исследований по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; творческое задание.
5	Этапы организации производства аудиоконтента	16	4		4	12	1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Формирование умений:

							постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.
6	Этапы подготовки и организации видеосъемок	16	4		4	12	1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме. 2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.
7	Нейросетевые технологии в креативных индустриях	26	4		4	22	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: индивидуальная работа.
8	Размещение аудиовизуальног о контента в социальных сетях	18	4		4	14	3. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме. 4. Формирование умений: групповое упражнение.
	<b>В целом по дисциплине</b>	<b>144</b>	<b>34</b>		<b>34</b>	<b>110</b>	<b>Согласно учебному плану: проектная работа</b>
	<b>Итого %</b>	<b>100%</b>	<b>24%</b>		<b>100%</b>	<b>76%</b>	

\*объем контактной работы в очно-заочной/заочной формах обучения и индивидуальных учебных планах определяется соответствующими учебными планами. Темы, реализуемые в виде контактной работы, определяются преподавателем самостоятельно, исходя из уровня их сложности.

### 5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 3

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9	Формы проведения занятий
<b>Тема 1.</b> Аудиосреда и специфика ее создания	1. Современные звуковые среды в городе и медиaprостранстве как коммуникации. 2. Специфика аудиоконтента в арт-производстве и в СМИ. 3. Разговорные подкасты как новостной, образовательный и развлекательный формат. 4. Опрос и дискуссия по теме «Специфика аудиокommуниаций в интернете». 5. Анализ кейса «Форматы музыкальных радиостанций». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: «Подбор аудиотрека к набору предложенных сюжетов и образов». 7. Презентация результатов выполнения задания для самостоятельной работы в форме аудиоотчета.  <b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> <i>все источники</i> <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> <i>все источники</i>	1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор теоретических оснований для исследований по теме 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы
<b>Тема 2.</b> Визуальная среда современной медиа-культуры. Виды современного видеоконтента	1. Видеоконтент для коммерческого и некоммерческого использования. Типология и особенности. 2. Видеомаркетинг. 3. Пост-экранные медиа и особенности производства аудиовизуального контента для них. 4. Опрос и дискуссия по теме «Видеореклама: современные тренды». 5. Аналитическое задание «Прогноз развития технологий виртуальной и дополненной реальности в производстве видеоконтента». 6. Постановка задания для самостоятельной работы: «Эффективность видеоконтента медиафасадов в рекламе» 7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной / командной самостоятельной работы в форме доклада.  <b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> <i>все источники</i> <b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> <i>все источники</i>	1. Формирование знаний: анализ трендов и прогнозов по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы.

<p><b>Тема 3. Основы продюсерской деятельности в создании аудиовизуального контента</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Юридические аспекты регулирования отношений в аудиовизуальной сфере.</li> <li>2. Дистрибуция аудиовизуального контента.</li> <li>3. Бюджетирование проектов.</li> <li>4. Опрос и дискуссия по теме «Поиск заказа на производство аудиовизуального контента».</li> <li>5. Групповое упражнение «Составление брифа на создание видеоролика».</li> <li>6. Постановка задания для самостоятельной работы: Произвести оценку постановочной сложности проекта и его сметной стоимости.</li> <li>7. Презентация результатов выполнения задания для самостоятельной работы в форме письменного отчета, представляемого на общее обсуждение.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b><i>все источники</i></p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b><i>все источники</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование знаний: обзор эмпирических и методических оснований для исследований по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме.</li> <li>2. Формирование умений: анализ кейса.</li> </ol>
<p><b>Тема 4. Творческий замысел создания аудио- и видеоролика</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Чем определяется актуальность творческого замысла.</li> <li>2. Техники и приемы современного сторителлинга.</li> <li>3. Литература и искусство как ресурс творческой деятельности в генерировании контента.</li> <li>4. Опрос и дискуссия по теме «Крутая сценарная идея».</li> <li>5. Групповое упражнение «Мозговой штурм сценарной задачи».</li> <li>6. Постановка задания для самостоятельной работы: Фрирайтинг как креативная технология.</li> <li>7. Презентация результатов выполнения задания для командной работы в форме письменного отчета.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b><i>все источники</i></p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b><i>все источники</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование знаний: обзор теоретических и эмпирических оснований для исследований по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</li> <li>2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; творческое задание.</li> </ol>
<p><b>Тема 5. Этапы организации производства аудиоконтента</b></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Технологическое обеспечение процесса звукозаписи.</li> <li>2. Обзор программного обеспечения для формирования аудиоконтента.</li> <li>3. Обзор монтажных программ для работы со звуком.</li> <li>4. Опрос и дискуссия по теме «Эстетика звучания».</li> <li>5. Анализ кейса «Саунд-дизайн».</li> <li>6. Постановка задания для самостоятельной работы: составление плей-листов.</li> <li>7. Презентация результатов выполнения задания для самостоятельной работы в форме презентации плей-листа.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b><i>все источники</i></p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b><i>все источники</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</li> <li>2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.</li> </ol>

<b>Тема 6. Этапы подготовки и организации видеосъемок</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Разработка режиссерского постановочного сценария.</li> <li>2. Цели и задачи операторской экспликации.</li> <li>3. Выбор и подготовка локаций съемки.</li> <li>4. Опрос и дискуссия по теме «Принципы создания декорационного оформления».</li> <li>5. Групповое упражнение «Проведение кастинга».</li> <li>6. Постановка задания для самостоятельной работы: монтаж видеоролика.</li> <li>7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной / командной самостоятельной работы в форме демонстрации видеоролика.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b><i>все источники</i></p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b><i>все источники</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</li> <li>2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.</li> </ol>
<b>Тема 7. Нейросетевые технологии в креативных индустриях</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Принципы работы нейросетевых технологий. GIGO.</li> <li>2. Опрос и дискуссия по теме «Различие в системах визуализации текста на основе ИИ-технологий».</li> <li>3. Опрос и дискуссия по теме «Нейросети, преобразующие текст в изображение».</li> <li>6. Постановка задания для самостоятельной работы: генерация контента.</li> <li>7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной самостоятельной работы в форме демонстрации сгенерированного контента.</li> </ol> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 8:</b> <i>все источники</i></p> <p><b>Рекомендуемые источники из раздела 9:</b> <i>все источники</i></p>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; моделирование результатов решения профессиональных задач по теме.</li> <li>2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной самостоятельной работы.</li> </ol>
<b>Тема 8. Размещение аудиовизуального контента в социальных сетях</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Специфика различных социальных сетей как платформ для размещения аудиовизуального контента.</li> <li>2. Понятие «формат».</li> <li>3. Методы размещения видеороликов на платформах социальных сетей.</li> <li>4. Опрос и дискуссия по теме «Эффективность социальных сетей как каналов коммуникации».</li> <li>5. Творческое задание «Подготовка аудиовизуального контента в выбранной социальной сети с учетом ее специфики».</li> <li>6. Постановка задания для самостоятельной работы: Размещение аудиовизуального контента в выбранной социальной сети с учетом ее специфики.</li> <li>7. Презентация результатов выполнения задания для индивидуальной / командной самостоятельной работы в форме публичной демонстрации (презентации или рассылки ссылок).</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Формирование знаний: анализ проблем и прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме; анализ лучших практик по теме.</li> <li>2. Формирование умений: групповое упражнение.</li> </ol>

	Рекомендуемые источники из раздела 8: все источники	
	Рекомендуемые источники из раздела 9: все источники	

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

### 6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы

Таблица 4

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
<b>Тема 1.</b> Аудиосреда и ее специфика создания	1. В какой аудиосреде мы существуем? 2. Развитие аудиосреды как аспект процессов урбанизации. 3. Аудиосреда новых медиа – ее специфика и динамика развития. 4. Работа с культурологической литературой и источниками для формирования представлений об историческом развитии процессов в аудиосреде. <i>Например: Румянцев С.Ю. Книга тишины. Звуковой образ города. – СПб.: «Дмитрий Буланин», 2003..</i> 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для знакомства с актуальными проблемами в области аудиоэкологии и методами их разрешения. 6. Организация индивидуальной / командной работы по выполнению аналитического обзора научной литературы по теме «Специфика аудиосреды либо аудиоконтента в трансмедийных проектах». 7. Выбор способа решения задания по выполнению самостоятельной работы на тему «Из чего складывается аудиосреда будничного дня». 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению самостоятельной работы на тему «Из чего состоит аудиосреда будничного дня».	1. Формирование знаний: анализ проблем / трендов / прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме. 2. Формирование умений: творческое задание; постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной самостоятельной работы.
<b>Тема 2.</b> Визуальная среда современной медиа-культуры. Виды современного видеоконтента	1. Методы и технологии проектирования нативной рекламы. 2. Интерактивная архитектура как использование городского пространства для размещения визуального контента. 3. Новые области применения технологий виртуальной реальности и дополненной реальности. 4. Работа с литературой и источниками для ознакомления с развитием теории в области	1. Формирование знаний: обзор теоретических / эмпирических оснований для исследований по теме; анализ лучших практик по теме. 2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата

	<p>технологии виртуальной реальности и дополненной реальности.</p> <p>5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для ознакомления с развитием технологических инноваций в области виртуальной реальности и дополненной реальности.</p> <p>6. Организация индивидуальной / командной работы по выполнению исследования на тему «Развитие технологии масок дополненной реальности от истоков до нашего времени».</p> <p>7. Выбор способа решения задания по теме «как использовать маски дополненной реальности в соцсетях».</p> <p>8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению предложенного исследования.</p>	<p>индивидуальной / командной самостоятельной работы.</p>
<p><b>Тема 3.</b> Основы продюсерской деятельности в создании аудиовизуального контента</p>	<p>1. Особенности договоров на создание и использование аудиовизуальных произведений в разных государствах.</p> <p>2. Дистрибуция аудиовизуального контента на примере реальных кейсов.</p> <p>3. Принципы организации рационального использования человеческих, материальных, временных и прочих ресурсов при продюсировании проекта.</p> <p>4. Работа с литературой и источниками для отслеживания актуальных изменений в области законодательства и правоприменительной практики.</p> <p>5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для отслеживания актуальных изменений в области законодательства и правоприменительной практики на примере конкретных кейсов.</p> <p>6. Организация индивидуальной / командной работы по выполнению анализа продюсерского кейса.</p> <p>7. Выбор способа решения задания по выполнению урегулирования спорной ситуации.</p> <p>8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению урегулирования спорной ситуации.</p>	<p>1. Формирование знаний: моделирование результатов решения профессиональных задач по теме / анализ лучших практик по теме.</p> <p>2. Формирование умений: анализ кейса; групповое упражнение.</p>
<p><b>Тема 4.</b> Творческий замысел создания аудио- и видеоролика</p>	<p>1. Соотнесение понятий «дискурс» и «нарратив».</p> <p>2. Основы исследования литературного материала.</p> <p>3. Анализ сценарных решений в разных типах аудиовизуального контента.</p> <p>4. Работа с литературой и источниками для закрепления сравнительного анализа понятий «дискурс», «нарратив» и «сторителлинг» на конкретных примерах.</p>	<p>1. Формирование знаний: обзор теоретических для исследований по теме; анализ лучших практик по теме.</p> <p>2. Формирование умений: опрос и дискуссия по учебным вопросам темы; анализ кейса / творческое задание.</p>



	<p>5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для творческих приемов сторителлинга.</p> <p>6. Организация индивидуальной / командной работы по разработке сценарных решений.</p> <p>7. Выбор способа решения задания по нахождению креативного решения сценарной задачи.</p> <p>8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению задания пункта 7.</p>	
<b>Тема 5.</b> Этапы организации производства аудиоконтента	<p>1. Программы-генераторы плей-листов.</p> <p>2. Особенности создания системы фильтров и отбора музыкального материала.</p> <p>3. Примеры саунд-дизайна.</p> <p>4. Работа с литературой и источниками для знакомства с принципами сценической речи, стилистики речи в производстве аудиоконтента.</p> <p>5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для работы со звуком.</p> <p>6. Организация индивидуальной / командной работы по записи подкаста по предложенной теме.</p> <p>7. Выбор способа решения задания по записи подкаста по предложенной теме.</p> <p>8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению пп. 6 и 7.</p>	<p>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме / моделирование результатов решения профессиональных задач по теме / анализ лучших практик по теме.</p> <p>2. Формирование умений: анализ кейса / групповое упражнение / творческое задание.</p>
<b>Тема 6.</b> Этапы подготовки и организации видеосъемок	<p>1. Принципы разработки освещения пространства съемок.</p> <p>2. Принципы разработки костюмов и реквизита.</p> <p>3. Методы цветокоррекции.</p> <p>4. Работа с литературой и источниками для углубленного изучения принципов подготовки и обеспечения процесса видеосъемок.</p> <p>5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для создания визуальных спецэффектов.</p> <p>6. Организация индивидуальной / командной работы по выполнению задания по созданию спецэффектов.</p> <p>7. Выбор способа решения задания по созданию спецэффектов.</p> <p>8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению пп. 6 и 7.</p>	<p>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме / моделирование результатов решения профессиональных задач по теме / анализ лучших практик по теме.</p> <p>2. Формирование умений: анализ кейса / групповое упражнение / творческое задание; постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.</p>
<b>Тема 7.</b> Нейросетевые технологии в креативных индустриях	<p>1. Сравнение различных систем ИИ-технологий, присутствующих на рынке в свободном доступе.</p>	<p>1. Формирование знаний: обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме.</p> <p>2. Формирование умений: контроль результата индивидуальной самостоятельной работы.</p>

<b>Тема 8.</b> Размещение аудиовизуального контента в социальных сетях	1. Специфика тех или иных платформ размещения аудиовизуального контента. 2. Технические особенности размещения аудиовизуального контента на различных платформах. 3. Системность подхода к размещению аудиовизуального контента. 4. Работа с литературой и источниками для формирования и развития представления о системности подхода к размещению аудиовизуального контента. 5. Работа с рекомендованными онлайн-сервисами и инструментами для размещения аудиовизуального контента. 6. Организация индивидуальной / командной работы по размещению аудиовизуального контента. 7. Выбор способа решения задания по размещению подготовленного аудиовизуального контента. 8. Проверка и корректировка результата работы по выполнению пп. 6 и 7.	1. Формирование знаний: анализ проблем / трендов / прогнозов по теме; обзор онлайн-сервисов и инструментов для проектной работы по теме. 2. Формирование умений: постановка задания / мониторинг хода работ / контроль результата индивидуальной / командной самостоятельной работы.
---	--	---

## 6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю

### Примерные темы форм текущего контроля

#### Перечень дискуссионных тем

1. В чем успешность контент-проекта.
2. Все ли типы видеоконтента указаны: обучающий, информационный, развлекательный, вирусный, видеографика, реклама?
3. Эффективность контента: эффективны ли метрики ее оценки. Современные сервисы аналитики.
4. Темы для создания контента, их поиск в жизни.
5. Роль аудиовизуального контента в интернет-маркетинге – информировать, продавать, повышать лояльность и всё?
6. Самостоятельное создание мультимедийного контента с использованием специальных программ.
7. Голосовые сообщения – прошлое и будущее технологии. Перспективно ли создание аудиотвитов?

8. Медиапривычки людей постоянно развиваются и меняются благодаря развитию технологий.
9. Что такое «яркий» видеоконтент?
10. «Скрытые послания» в аудиовизуальном контенте: аллюзии, коннотации и прочее.
11. Что нам представляют презентационные ролики: где скрыт авторский взгляд.
12. Что выбрать для ролика: 2Д- или 3Д-анимацию? Критерии применения.
13. Лучшие идеи для сторителлинга.
14. Кликбейт и модель вовлеченного читателя: перспективы авторских стратегий.
15. Большая вариативность систем на основе нейросетевых технологий – это проблема? Как выбрать оптимально подходящую для проекта.
16. Как правильно сформулировать запрос к нейронной сети, чтобы получить желаемый результат с минимальным количеством генераций и затратами времени.

### **Примерные задания проектных работ**

1. Съемка анимационного видеоролика по оригинальному сценарию обучающихся.
2. Съемка анимационного видеоролика по адаптированному сценарию.
3. Съемка документального видеоролика по оригинальному сценарию обучающихся.
4. Съемка репортажного видеоролика по оригинальному сценарию обучающихся.
5. Съемка игрового видеоролика по оригинальному сценарию обучающихся.
6. Съемка игрового видеоролика по адаптированному сценарию обучающихся.

### **Примерные темы контрольных работ**

1. Определение контент-стратегии и ее разработка.
2. Роль видео-контента в интернет-маркетинге.

3. Написание контент-стратегии. Сходства и различия контент-стратегий для видео-, аудио- и текстовых проектов.
4. Редакторский план, его роль в контент-стратегии.
5. Принципы составления редакторского плана контент-стратегии и работа с группами аудиторий.
6. Авторско-правовые отношения в аудиовизуальной сфере.
7. Договоры с обладателями прав на охраняемые произведения.
8. Как создать обучающий подкаст.
9. Как использовать аудио- и видеоформаты в маркетинге.
10. Аналитический обзор предлагаемых на рынке инструментов: аудиофильтров и генераторов (для преобразования волновых аудиоданных).
11. Особенности конструирования и продвижения видео-контента в контексте актуальных практик медиапотребления (на конкретном примере).
12. Особенности организации прямой трансляции видеоконтента.
13. Российские приложения для захвата видео со Скайп, Ютуб, Рутуб и др.
14. Редактор АвидМедисКомпозер как программа обучения.
15. Болид Муви Креатор как пример интуитивного софта, профессионального и русифицированного.
16. Невзаимозаменяемые токены как технология, закрепляющая права на аудиовизуальный актив.
17. Возможности моделей искусственного интеллекта в преобразовании текста в видео.

**Контрольная работа должна включать следующие разделы:**

1. Введение (актуальность, проблема, обзор теорий, методологический аппарат исследования).
2. Основное содержание по параграфам, раскрывающим тему контрольной работы.
3. Выводы.

#### 4.Список литературы.

#### 5.Приложения.

Критерии балльной оценки различных форм текущего контроля успеваемости содержатся в соответствующих методических рекомендациях департамента.

### 7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Перечень компетенций, формируемых в процессе освоения дисциплины, содержится в разделе 2 «Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине».

### Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний

### Примеры оценочных средств для проверки компетенций, формируемых дисциплиной

Таблица 5

Профиль «Интегрированные коммуникации»

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКП-2 Способность разрабатывать стратегию интегрированных коммуникаций с учетом фазы жизненного цикла и уровня зрелости в управлении организацией-объектом	1. Совершенствует процессы управления коммуникациями организации-объекта.	<b>Знать:</b> структуру и основные принципы управления коммуникации организации. <b>Уметь:</b> совершенствовать процессы управления коммуникациями организации-объекта.	Задание на формирование знания: Составьте таблицу, в которой возможно сопоставить, в каких формальных или неформальных видах внутренней коммуникации реализуются соответствующие нормы и принципы коммуникации.  Задание на формирование умения: Изучите ситуационный пример и определите, какие внутренние коммуникации

			относятся к формальным, а какие – к неформальным. Составьте схему процесса коммуникации внутри организации-объекта, в зависимости от того, какие ее виды преобладают.
	2. Определяет ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты.	<p><b>Знать:</b> структуру и способы формирования и организации ключевых посланий, аудитории, коммуникационных активностей и результатов.</p> <p><b>Уметь:</b> определять ключевые послания, аудитории, коммуникационные активности и результаты.</p>	<p>Задание на формирование знания: Разделите студентов на несколько команд. Поставьте перед ними задачу по определению последовательности выполнения работ по анализу специфики ключевого послания, как формы позиционирования, в зависимости от специфики аудитории. Сравните предложенные схемы с учетом времени выполнения задания.</p> <p>Задание на формирование умения: Изучите ситуационный пример и дайте оценку выявленного ключевого послания с точки зрения следующих критериев:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- миссия</li> <li>- описание стратегии</li> <li>- ценности</li> <li>- концепция позиционирования</li> <li>- конкурентные преимущества</li> <li>- предложение ценности</li> <li>- голос бренда</li> <li>- слоган</li> </ul>
	3. Координирует коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности организации-объекта.	<p><b>Знать:</b> структуру и принципы формирования коммуникационной стратегии и стратегии основной деятельности организации.</p> <p><b>Уметь:</b> координировать коммуникационную стратегию и стратегию основной деятельности</p>	<p>Задание на формирование знания: На конкретных примерах из современной медийной практики студентам следует подготовить выступление, в котором показать, как выстраиваются структура коммуникационной стратегии и стратегии основной деятельности организации на основе информационно-коммуникативных технологий.</p>

		организации-объекта.	<p>Задание на формирование умения:</p> <p>Для развития умений по координации двух стратегий, разделите студентов на две группы: «креативную» и «медийную». Предложите им модель стратегии условной организации и предложите выполнить характерные задачи:</p> <p>Задачи креативной группы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- разработать визуальные образы</li> <li>- создать контент сообщений для разных каналов</li> </ul> <p>Задачи медийной группы:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- рассказать о преимуществах предлагаемого продукта в выбранных каналах;</li> <li>- сформировать имидж бренда;</li> <li>- получить и обработать обратную связь.</li> </ul> <p>В следующем кейсе предложите тем же группам поменяться ролями.</p>
ПКП-3 Способность обосновывать коммуникационную и экономическую эффективность в выборе ключевых активностей при реализации стратегии интегрированных коммуникаций	1. Рассчитывает потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей.	<p><b>Знать:</b> ресурсную базу коммуникационных активностей.</p> <p><b>Уметь:</b> рассчитывать потребность и доступность ресурсов для коммуникационных активностей.</p>	<p>Задание на формирование знания:</p> <p>На конкретных примерах из современной медийной практики студентам следует подготовить выступление, в котором показать, как определяется ресурсная база коммуникационных активностей.</p> <p>Задание на формирование умения:</p> <p>Ознакомьте студентов с подборкой примеров коммуникационных активностей и предложите классифицировать их по признаку умения рассчитывать потребность и доступность ресурсов. Предложите обосновать предложенную классификацию.</p>

	2. Предлагает способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции.	<p><b>Знать:</b> базовые принципы и основные технологии организации производства и распространения продукции.</p> <p><b>Уметь:</b> предлагать способы организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции.</p>	<p>Задание на формирование знания: На конкретных примерах из современной медийной практики студентам следует подготовить выступление, в котором показать, какие основные технологии организации производства и распространения коммуникационной продукции наиболее востребованы в современной ситуации.</p> <p>Задание на формирование умения: Ознакомьте студентов с подборкой примеров коммуникационных активностей и предложите классифицировать их по признаку преобладающих способов организации производства и распространения пакетов коммуникационной продукции. Предложите обосновать предложенную классификацию.</p>
	3. Организует программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций.	<p><b>Знать:</b> структуру и принципы функционирования системы интегрированных коммуникаций.</p> <p><b>Уметь:</b> организовывать программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций.</p>	<p>Задание на формирование знания: Раскройте особенности структуры и принципов функционирования системы интегрированных коммуникаций в выбранном объекте.</p> <p>Задание на формирование умения: Ознакомьте студентов с подборкой примеров коммуникационных активностей и предложите разработать и запланировать программы и проекты для системы интегрированных коммуникаций в выбранных при мерах активностей.</p>

Таблица 5



Профиль «Медиаинновации»

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотношенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКП-4 Способность управлять проектной деятельностью по разработке и тестированию творческих и креативных решений для коммуникационной продукции в соответствии с потребностями общества	1. Применяет процедуру фасилитации для развития способностей команды медиапроекта в разработке и принятии решений	<b>Знать:</b> структуру и способы управления проектной деятельностью по разработке творческих и креативных решений для коммуникационной продукции <b>Уметь:</b> применять процедуру фасилитации для развития способностей команды медиапроекта в разработке и принятии решений	Пример задания на формирование знания: Проясните разницу между понятиями «фасилитация» и «модерация». Исходите из того, что модерация скорее соотносится с контролем. Это более жесткая технология, ее формат – беседа, в ходе которой нет возможности отвлечься на другую тему. Фасилитация (буквально «облегчение»), значительно более гибкая технология. В ее процессе применяются множество различных техник и инструментов, в т.ч. зарисовки, коллажи, игры.  Пример задания на формирование умения: Следуя технологиям фасилитации, разработайте для своей творческой команды словарь фатической лексики, поддерживающей чувство единства у членов группы в процессе создания контента.
	2. Координирует решения по развитию медиапродукта и развитию потребителей медиа	<b>Знать:</b> структуру потребностей общества в функционировании и развитии медиа <b>Уметь:</b> координировать решения по развитию медиапродукта и развитию потребителей медиа	Пример задания на формирование знания: Рассмотрите спорную гипотезу, известную как «закон Риппля» и гласящую о том, что старые медиа никогда полностью не исчезают, лишь трансформируют свои функции. Поэтому новые медиа никогда в полной мере их не заменят, а будут вынуждены, чтобы сохраниться, искать/создавать для себя новые задачи или области

			<p>применения. Проведите дискуссию.</p> <p>Пример задания на формирование умения: Найдите эти «старые медиа» в современной медиакультуре и ответьте на вопросы: Как они трансформировались? Какие потребности социума они удовлетворяют? Визуализируйте это в формате слайд-шоу. И задумайтесь: а что новые медиа предлагают своим потребителям?</p>
	<p>3. Организует работу по тестированию и коррективке прототипа медиапродукта</p>	<p><b>Знать:</b> способы тестирования и коррективки медиапродукта <b>Уметь:</b> организовать работу по тестированию и коррективке прототипа медиапродукта</p>	<p>Пример задания на формирование знания: На основе материалов деловой прессы выберите одну из кризисных ситуаций в действующем медийном бизнесе. Какие претензии к медиапродукту выдвигались? Какие креативные ресурсы для коррективки ситуации могут быть использованы? Создайте блок-схему, показывающую связи попавшего в кризисную ситуация бизнеса с элитными фигурами во власти, в бизнеса и в медиа (при наличии). Разделите студенческую группу для изучения данных конкретных связей оказавшегося в кризисной ситуации бизнеса и сделайте вывод, какие из этих связей и почему необходимо использовать в приоритетном порядке.</p> <p>Пример задания на формирование умения: Учебная группа разрабатывает таблицу тестирования нового медиапродукта, обязательно включающую в себя определения перспектив его</p>

			продаж, объемы возможных рисков (убытков) или потенциальной прибыли производителя. Всем показателям задаются определенные параметры. Потом студенты делятся на группы. Каждая предлагает новый медиапродукт, соответствующий этим параметрам.
ПКП-5 Способность изменять существующие и создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий	1. Анализирует действующие бизнес-модели и бизнес-процессы медиапроекта	<b>Знать:</b> существующие бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий <b>Уметь:</b> анализировать действующие бизнес-модели и бизнес-процессы медиапроекта	<p>Пример задания на формирование знания: Проведя анализ профильных медиа, разбившиеся на группы студенты готовят рейтинг, в котором показано, какие бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа наиболее часто упоминаются в связи с современной ситуацией. Рейтинги, подготовленные различными группами, сравниваются. Выявленные различия являются предметом организованной дискуссии.</p> <p>Пример задания на формирование умения:</p> <p>На занятии студентам предложено несколько кейсов. Задача – обосновать, какой бизнес-модели придерживаются те или иные проекты. Исходя из сделанного выбора, предположить, каким может быть дальнейшее развитие проекта.</p>
	2. Разрабатывает проект организационных изменений для развития медиа	<b>Знать:</b> способы создавать новые бизнес-модели и бизнес-процессы для традиционных и новых медиа в соответствии с трендами развития коммуникационных индустрий	<p>Пример задания на формирование знания: Исправьте умышленно допущенные ошибки в последовательности и объясните ваши действия: Построение бизнес-модели на основе базовой бизнес-концепции и последовательность ее реализации на практике в</p>

		<p><b>Уметь:</b> разрабатывать проект организационных изменений для развития медиа</p>	<p>общем виде выглядят так: 1. возникновение инициативной группы (временного трудового коллектива массмедиа) 2. регистрация СМИ 3. формирование инвестиционного капитала 4. изучение (формирование) потенциальной аудитории СМИ 5. создание (поиск) предприятия массмедиа (издателя, вещателя) 6. идентификация сегментов аудитории на уровне персоны (контакт) 7. локализация сегментов аудитории 8. установление конвенциональных коммуникаций с сегментами аудитории (персонами) 9. выстраивание отношений с аудиторией на основе экспертных, сервисных технологий 10. продажа контактов рекламодателю 11. доставка СМИ аудитории получение выручки 12. возврат инвестиций.</p> <p>Пример задания на формирование умения: По материалам деловых СМИ найдите информацию о наиболее крупных кризисах с российскими медиа. Выясните, какими методами и ресурсами, и с учетом каких профессиональных норм участники рынки коммуникаций смогли восстановить свои позиции и свой авторитет</p>
	3. Реализует коммуникационное сопровождение проекта	<p><b>Знать:</b> структуру коммуникационного сопровождения проекта развития медиа</p>	<p>Пример задания на формирование знания: Раскройте взаимосвязь концепции интегрированных коммуникаций и концепции</p>

	изменений для развития медиа	<b>Уметь:</b> реализовать коммуникационное сопровождение проекта изменений для развития медиа	сбалансированной системы показателей. В какой мере система сбалансированных показателей может стать так же и элементом внутренних коммуникаций компании, что, предположительно, позволит через набор целей и показателей донести общую стратегию компании до сотрудников разных отделов компании. Разделите студенческую группу, поставив перед разными частями необходимость обосновать, может ли таким образом быть решена проблема интеграции коммуникаций на вертикальном и горизонтальном уровнях.  Пример задания на формирование умения: Изучите ситуационный пример и предложите систему сбалансированных показателей для оценки эффективности аудиовизуального проекта.
--	------------------------------	---	--

Таблица 5

Профиль «Связи с общественностью в политике и бизнесе»  
/Public Relations in Politics and Business»

Наименование компетенции	Наименование индикаторов достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотношенные с индикаторами достижения компетенции	Типовые контрольные задания
ПКН-1 Способность создавать коммуникационные продукты, востребованные обществом и коммуникационными	1. Создает коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента.	<b>Знать:</b> способы выявления и изучения потребностей общества и коммуникационных индустрий в коммуникационных продуктах. <b>Уметь:</b> создавать коммуникационные продукты в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента.	Задание на формирование знания: Раскройте принципы трендсеттинга на кейсах выбранного сегмента рынка.  Задание на формирование умения: Создайте коммуникационный продукт, соответствующий требованиям тренда развития выбранного сегмента рынка.

индустриям и, в форме текста, аудио- и видеоматериалов, интернет-контента в соответствии и с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем	2. Корректирует созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	<b>Знать:</b> нормы русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем. <b>Уметь:</b> корректировать созданные коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.	Задание на формирование знания: Перевод текста  Задание на формирование умения: Скорректировать предложенный образец коммуникационного продукта с учетом социокультурной специфики определенного региона России.
ПКП-4 Способность эффективно влиять на общественное мнение	1. Использует PR-технологии для формирования благоприятного общественного мнения об организации.	<b>Знать:</b> арсенал и эффекты воздействия PR-технологий; <b>Уметь:</b> применять PR-технологии для формирования общественного мнения.	Задание на формирование знания: На конкретных примерах из современной арт- и бизнес-практики студентам следует подготовить выступление, в котором показать, какой арсенал технологий связей с общественностью актуализирован в конкретном кейсе.  Задание на формирование умения: На конкретных примерах из современной социально-политической практики студентам следует подготовить выступление, в котором показать, как выстраивается образ на основе информационно-коммуникативных технологий: вербализации, текстуализации, визуализации, символизации, виртуализации в политике (кандидат на выборах), в экономике (реклама товара), в идеологии (политические интересы) и т.д.
	2. Использует GR-технологии для формирования коммуникации с органами власти и	<b>Знать:</b> знать назначение и содержание GR-технологий; <b>Уметь:</b> использовать GR-технологии для	Задание на формирование знания: (Вопрос для тестирования. Выберите варианты ответа) Функция GR:

	защиты интересов компании.	формирования общественного мнения организации.	<p>- направлена на выстраивание взаимодействия с органами государственной власти на различных уровнях</p> <p>- направлена на оказание влияния группы лиц на принятие управленческих решений</p> <p>- является составной частью общего менеджмента (1 и 3)</p> <p>Задание на формирование умения: Раскройте особенности применения GR-технологии в современной общественной практике. Проведите анализ эффективности применения GR-технологии в одной из социальных сфер общества. Вопрос для самостоятельной работы: Что представляет собой политический имидж как объект управления GR-технологии.</p>
--	----------------------------	--	---

### Перечень вопросов для подготовки к зачету

1. Новые платформы создания и дистрибуции медиаконтента.
2. Виртуальная и дополненная реальность как новый вид медиаконтента.
3. Использование QR-кода для конвергенции печатных, интернет- и мобильных версий издания.
4. Интерактивные формы взаимодействия с аудиторией в сети.
5. Методы поиска заказов и принципы договорных условий с заказчиками.
6. Что включают в себя формы заказа-задания (брифа) на создание видеоконтента.
7. По каким принципам производится оценка постановочной сложности проекта и его сметной стоимости.
8. Как организуется взаимодействие с заказчиком на разных этапах видео-съемки.
9. Методы написания сценария по собственным замыслам и темам.
10. В чем особенности режиссерского постановочного сценария.

11. Принципы разработки декораций для видеосъемки.
12. Принципы разработки освещения для видеосъемки.
13. Принципы разработки костюмов для видеосъемки.
14. Принципы разработки реквизита для видеосъемки.
15. Организация репетиционного творческого процесса в партнерстве с творческой группой.
16. Основы составления календарного плана создания видеоролика.
17. Техника художественного освещения в павильоне, в интерьерах и на натуре.
18. Основные принципы и законы монтажа видеороликов.
19. Методы цвето-коррекции и создания визуальных спецэффектов.
20. Принципы создания и продвижения видео-блогов.
21. Принципы саунд-дизайна.
22. Аудиоконтент в журналистике.
23. Наиболее часто используемое программное обеспечение для формирования аудиоконтента.
24. Основные монтажные программы для работы со звуком.
25. Аудиовизуальный контент как составляющая PR-технологий.
26. Тиражирование мультимедиа контента на сменных носителях информации.
27. Продвижение аудиовизуального контента на целевую аудиторию.

### **Пример билета для зачета**

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)

**Факультет социальных наук и массовых коммуникаций**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса**

**42.03.01Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) «Связи с общественностью в политике и бизнесе  
/ Public Relations in Politics and Business»**

**Форма обучения: очная**

**Дисциплина «Создание аудиовизуального контента»**

**Семестр: 7**



## БИЛЕТ № 1

### Вопрос 1 (20 баллов)

Роль аудиовизуального контента как составной части GR-технологии в формировании коммуникации с органами власти и защиты интересов компании.

### Вопрос 2 (20 баллов)

Принципы оценки постановочной сложности проекта и расчета его сметной стоимости.

### Вопрос 3 (20 баллов)

Охарактеризуйте основные монтажные программы, используемые при создании видеороликов.

### Подготовил:

степень, звание, должность:

\_\_\_\_\_/Фамилия И.О./

### Утверждаю:

руководитель Департамента  
массовых коммуникаций и медиабизнеса

\_\_\_\_\_/ И.Н. Молодцов /

«\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

## Перечень вопросов для подготовки к экзамену

1. Определение контент-стратегии и ее разработка. Успешность контент-проекта.
2. Сходства и различия контент-стратегий для видео-, аудио- и текстовых проектов.
3. Тиражирование мультимедийного контента на CD и DVD дисках. Тиражирование аудиовизуального контента на иных материальных носителях: флэш-картах, виниловых пластинках и пр.
4. Написание контент-стратегии. Редакторский план, его роль в контент-стратегии, принципы составления, работа с группами аудиторий.
5. Эффективность контента: метрики оценки. Сервисы аналитики Яндекс и др. Использование результатов аналитики в работе.
6. Цели создания «ядерного» контента. Дозированное и своевременное использование контента.
7. Роль видеоконтента в интернет-маркетинге. Типы видеоконтента: обучающий, информационный, развлекательный, вирусный, видеографика, реклама. Видеоискусство.
8. Творческие и производственно-технологические особенности видеороликов, соответственно их назначению.

9. Прямая видеореклама и нативные видеоролики, методы и технологии проектирования нативной рекламы.
10. Основы продюсерской деятельности, методы поиска заказов и принципы договорных условий с заказчиками.
11. Правила и принципы бюджетирования. Методики оценки постановочной сложности проекта и его сметной стоимости;
12. Современный сторителлинг и традиционная драматургия. Принципы создания замысла будущего аудио- или видеоролика. Понятие нарратива.
13. Подготовка видеосъемки. Методы создания художественной постановки и интерпретации образов, сцен и героев цвето-графическими средствами. Операторская экспликация.
14. Методы создания изобразительно-декорационного оформления. Выбор и подготовка локаций и сцен для видеосъемки.
15. Операторская съёмка. Техника и аппаратура художественного освещения в павильоне, в интерьерах и на натуре.
16. Основные принципы и законы монтажа видеороликов. Визуальная композиция кадров и их значение в монтажной конструкции сцен и эпизодов.
17. Принципы саунд-дизайна, основы аудиовизуальной композиции.
18. Требования к речи при записи аудиоконтента. Работа в звукозаписывающей студии. Чтение текста. Стенд-ап и подготовка к нему.
19. Сценарий при записи аудиоконтента. Виды, принципы и правила оформления, средства создания. Работа сценариста с творческой группой.
20. Понятие аудиовизуальных средств представления информации. Основы использования аудиовизуальной информации в сетевых технологиях.
21. Аудиовизуальная среда «новых» (пост-экранных) медиа.
22. Специфика аудиокommunikации в современной культуре. Аудиопространство мегаполиса.
23. Аудио как объект художественного производства. Музыка и шоу-бизнес. Аудио в журналистике (журналистские жанры и формы). Форматы радиостанции.
24. Технологическое обеспечение процесса звукозаписи: основное оборудование, программное обеспечение и монтажные программы.

25. Системность подхода к размещению аудиовизуального контента. Технические и правовые особенности размещения аудиовизуального контента на различных платформах.

26. Обеспечение правовой защиты от нелегального использования созданного аудиовизуального контента.

### **Пример билета для экзамена**

Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение  
высшего образования

«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ  
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»  
(Финансовый университет)

**Факультет социальных наук и массовых коммуникаций**

**Кафедра массовых коммуникаций и медиабизнеса**

**42.03.01 Реклама и связи с общественностью**

**Направленность (профиль) «Медиаинновации»**

**Форма обучения: очная**

**Дисциплина «Создание аудиовизуального контента»**

**Семестр: 7**

### **БИЛЕТ № 1**

**Вопрос 1 (20 баллов)**

Системный подход к размещению аудиовизуального контента в сети Интернет.

**Вопрос 2 (20 баллов)**

Анализ отснятого материала. Визуальная композиция кадров и ее значение в монтажной конструкции сцен и эпизодов.

**Вопрос 3 (20 баллов)**

Практико-ориентированное задание по выполненной обучающимся практической работе. Предложите альтернативный сюжетный ход в сценарии снятого вами ролика, не меняющий общий замысел произведения. Представьте образец раскадровки.

**Подготовил:**

степень, звание, должность: \_\_\_\_\_ /Фамилия И.О./

**Утверждаю:**

руководитель Департамента

массовых коммуникаций и медиабизнеса

\_\_\_\_\_ / И.Н. Молодцов /

«\_\_\_\_\_» \_\_\_\_\_ 202\_\_ г.

### **8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины.**

## Основная литература

1. Куркова, Н. С. Анимационное кино и видео: азбука анимации : учебное пособие / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 234 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18622-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545182> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный
2. Литвина, Т. В. Дизайн новых медиа : учебник для вузов / Т. В. Литвина. — 3-е изд., испр. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 182 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18905-6. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555050> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный
3. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для вузов / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-11564-2. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542705> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный.

## Дополнительная литература:

4. Моуат, Д. Видеомаркетинг: стратегия, контент, производство / Джон Моуат ; пер. с англ. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 402 с. - ISBN 978-5-96142-572-7. — ЭБС ZNANIUM. - URL: <https://znanium.com/catalog/product/1078483> ; ЭБС AlpinaDigital. — URL: <https://finunivers.alpinadigital.ru/book/19132> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный.
5. Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 2. SMM, рынок M&A : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 501 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-14314-0. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537412> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный.
6. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для вузов / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07628-8. — Образовательная

платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/538754> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный.

7. Сальникова, Е. Визуальная культура в медиасреде: современные тенденции и исторические экскурсы / Е. Сальникова. — Москва : Прогресс-Традиция, 2017. — 578 с. : ил. — ISBN 978-5-89826-496-3. - ЭБС Университетская библиотека online. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=473543> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный.

8. Чернов, А. В. Профессиональные творческие студии : учебное пособие для вузов / А. В. Чернов, М. В. Дворянова. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 118 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12548-1. — Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542580> (дата обращения: 03.06.2024). — Текст : электронный.

## **9. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**

### **Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы:**

1. Федеральная ЭБС «Единое окно доступа к образовательным ресурсам». — URL: <http://window.edu.ru>
2. Электронные ресурсы БИК:
  - Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
  - Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>
  - Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОНЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
  - Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znanium.ru/>
  - Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ» <https://urait.ru/>
  - Электронно-библиотечная система издательства Лань <https://e.lanbook.com/>
  - Деловая онлайн-библиотека Alpina Digital <http://lib.alpinadigital.ru/>
  - Электронная библиотека Издательского дома «Гребенников» <https://grebennikon.ru/>
  - Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
  - Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>

- Видеотека учебных фильмов «Решение» (тематические коллекции «Менеджмент», «Маркетинг. Коммерция. Логистика», «Юриспруденция», «Управление персоналом», «Психология управления»: <http://eduvideo.online/>
- Библиотека онлайн Лекций по Бизнесу и Маркетингу издательства Henry Stewart Talks <https://hstalks.com/business/>
- Henry Stewart Talks: Journals in The Business & Management Collection <https://hstalks.com/business/journals/>
- Справочная правовая система «Консультант Плюс» <https://www.consultant.ru/>
- Справочная правовая система «ГАРАНТ» <https://www.garant.ru/>
- CNKI. Academic Reference <https://ar.oversea.cnki.net/>
- CNKI. China Academic Journals Full-text Database <https://oversea.cnki.net/kns?dbcode=CFLQ>
- JSTOR Arts & Sciences I Collection <http://jstor.org>
- Электронные продукты издательства Elsevier <http://www.sciencedirect.com>
- Emerald: Management eJournal Portfolio <https://www.emerald.com/insight/>
- Коллекция научных журналов Oxford University Press <https://academic.oup.com/journals/>
- Электронные коллекции книг и журналов издательства Springer: <http://link.springer.com/>
- База данных научных журналов издательства Wiley <https://onlinelibrary.wiley.com/>
- Цифровой архив научных журналов: <http://arch.neicon.ru/xmlui/>

## **10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины**

Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины утверждены Приказом Финансового университета от 11.05.2021 №1040/о «Об утверждении Методических рекомендаций по планированию и организации самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры в Финансовом университете».

### ***Рекомендации по презентации результатов проектной работы***

Презентация результатов работы оформляется на основе шаблона презентации Финансового университета, размещенного на портале: <http://www.fa.ru/org/div/skp/Pages/pressdocs.aspx>

Минимальный объем презентации – 10 слайдов. Базовая структура презентации: титульный слайд – 1; обоснование проекта – 2; результат проекта – 2; процедура проекта – 1; заключение – 1; документация проекта – 3 слайда.

На титульном слайде указывается департамент и учебная дисциплина, автор и название проекта, принимающий работу преподаватель, год выполнения работы.

В обосновании проекта указываются актуальные теоретические и эмпирические основания для проектного решения.

Результат проекта – обоснование способа проверки и вывод об итогах проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта.

Процедура исследования указывает на этапы выполненной работы и реализованный автором тип решения – решение по управлению коммуникациями, креативное решение или оценка коммуникаций с указанием на созданный образец такого решения (документ, контент, консультация и другие варианты).

В заключении размещается оценка практической значимости полученного результата проекта для профессиональной подготовки по направлению «Реклама и связи с общественностью».

В документацию проекта включаются паспорт, план и отчет проекта, оформленные по рекомендованным выпускающим департаментом шаблонам.

Правила оформления текста проектной работы – применяются все правила, указанные для текста исследовательской работы.

Особенности структурирования текста проектной работы.

Минимальный объем текста проектной работы– 10 стр. Структура отчета: титульный лист (1 стр.), содержание (1 стр.), введение (1 стр.), основная часть (3 раздела), заключение (1 стр.), список использованных источников и литературы (не менее 10 работ), приложение.

В случае коллективной проектной работы, выполненной несколькими соавторами, на каждого из соавторов должно быть не менее двух задач проекта, а на каждую такую задачу – не менее 5 страниц текста.

Во введении обосновывается актуальность темы, объект и предмет, цель и три задачи проектной работы, теоретическое (классические и новые концепции) и эмпирическое (первичная и вторичная информация) основания для выполнения проектной работы.

Основная часть проектной работы состоит из трех разделов:

В первом разделе определяются основания для разработки проектного решения – обзор теоретического основания и актуального состояния объект-предметного поля на основе эмпирических данных; формулируется идея (гипотеза) проекта, указывается выбранное автором направление разработки – стратегическое решение, креативное решение или решение по оценке коммуникационных активностей.

Во втором разделе предлагается описание модели проектной деятельности для реализации выдвинутой идеи (гипотезы) проекта – планирование содержания работ, ресурсов и времени проекта; выбор способа проверки реализуемости идеи (гипотезы) проекта (например, экспертиза, эксперимент или тест); выводы по практическому применению планируемых результатов проекта для решения профессиональных задач в современных коммуникациях.

В третьем разделе – разработка решений для выбранного обучающимся вида работ: для стратегических решений – это модели деятельности и образцы управленческой документации (например, коммуникационная стратегия); для креативных решений – это презентационные материалы и образцы контента (прототипы медиапродуктов); для оценки коммуникационных активностей – это процедуры измерений, анализа и интерпретации.

В заключении описываются возможности и ограничения для применения созданного результата проекта и оценивается потенциал для его масштабирования.

Список использованной литературы и источников включает только те публикации, на которые есть ссылка в тексте работы.

Обязательно в приложении размещаются базовые документы проекта – паспорт, план и отчет.

**11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем**



### **11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:**

1. Windows, Microsoft Office.
2. Антивирус Kaspersky

### **11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы**

1. Информационно-правовая система «Гарант»
2. Информационно-правовая система «Консультант Плюс»
3. Электронная энциклопедия: <http://ru.wikipedia.org/wiki/Wiki>
4. Система комплексного раскрытия информации «СКРИН» - <http://www.skrin.ru/>

### **11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации**

Не используются

## **12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине**

Материально-технические условия проведения лекционных занятий обеспечиваются аудиториями, оснащенными компьютерами на платформе Intel, проекторами, а также маркерными досками.

Материально-технические условия проведения практических занятий обеспечиваются компьютерные классы, оснащенные персональными компьютерами (компьютер, проектор, экран) на платформе Intel (AMD или аналогичной), выделенными серверами на платформе Intel (AMD), объединенные в локальную сеть университета и имеющие доступ к глобальной сети Интернет оборудованных проектором. Презентационная техника.