

**Федеральное государственное бюджетное образовательное
учреждение высшего образования
«РОССИЙСКАЯ АКАДЕМИЯ НАРОДНОГО ХОЗЯЙСТВА И
ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ ПРИ ПРЕЗИДЕНТЕ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ»**

Алтайский филиал

УТВЕРЖДЕНО

Решением Ученого совета
Алтайского филиала РАНХиГС

Протокол № 8 от «25» апреля 2024 г.

(внесены изменения, утвержденные
ученым советом протокол № 10 от
«27» июня 2024г.)

ОБРАЗОВАТЕЛЬНАЯ ПРОГРАММА ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ

«Медиакоммуникации»

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Б1.В.ДВ.03.01 Технология создания и продвижения визуального контента

Магистратура

42.04.05. Медиакоммуникации

Профиль «Медиаменеджмент и связи с общественностью в государственных и
бизнес-структурах»

Заочная форма обучения

Год набора - 2025

Барнаул, 2024 г.

Автор(ы)–составитель(и):

Шмаков Артем Алексеевич, к.фил.н., и.о. заведующего кафедрой
медиакоммуникаций, русского языка и риторики

и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики, к.фил.н.
Шмаков Артем Алексеевич

СОДЕРЖАНИЕ

| | |
|---|----|
| 1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине (модулю), соотнесенных с планируемыми результатами освоения программы..... | 3 |
| 2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО | 4 |
| 3. Содержание и структура дисциплины | 4 |
| 4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине..... | 6 |
| 5. Методические материалы по освоению дисциплины..... | 10 |
| 6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»..... | 11 |
| 7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы | 13 |

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

1.1. Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Технология создания и продвижения визуального контента» обеспечивает овладение следующими компетенциями:

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции |
|------------------------|--|-----------------------------------|--|
| ПК-2 | способность планировать, разрабатывать и создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей | ПК-2.1 | Способен создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры. |
| ПК-3 | способность самостоятельно обрабатывать контент с целью его публикации в различных форматах и жанрах, соответствующих задачам конкретных медиа | ПК-3.1 | Способен самостоятельно обрабатывать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры с целью его публикации. |

1.2. В результате освоения дисциплины у студентов должны быть сформированы:

| ОТФ/ТФ (при наличии профстандарта)/ трудовые или профессиональные действия | Код компонента компетенции | Результаты обучения |
|---|-----------------------------------|--|
| | ПК-2.1 | <p>на уровне знаний: знать основы редактирования медиаконтента, основные положения современной аудиовизуальной культуры;</p> <p>на уровне умений: уметь создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры.</p> <p>на уровне навыков: владеть технологией создания и продвижения визуального контента; владеет навыками подготовки и написания PR-текста, предназначенного для устного исполнения.</p> |
| | ПК-3.1 | <p>на уровне знаний: знать основы редактирования медиаконтента, основные положения современной аудиовизуальной культуры;</p> <p>на уровне умений: уметь самостоятельно обрабатывать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры с целью его публикации.</p> <p>на уровне навыков: владеть инструментами обработки и продвижения визуального контента; владеть навыками написания и подготовки к публикации медиатекста.</p> |

2. Объем и место дисциплины в структуре ОП ВО

Общий объем дисциплины составляет – 3 з.е., 108 академических часов (81 астрономический час).

Количество астрономических и соответствующих им академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на заочной форме обучения составляет 14 академических часа (10,5 астрономических часа), из них практические занятия – 14 академических часа (10,5 астрономических часа), самостоятельная работа – 94 академических часов (70,5 астрономических часа)

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 «Технология создания и продвижения визуального контента» относится к вариативной части и в соответствии с учебным планом осваивается в 1 и 2 семестрах на 1 курсе на заочной форме обучения

3. Содержание и структура дисциплины

Заочная форма обучения

| № п/п | Наименование тем и/или разделов | Всего | Объем дисциплины (модуля), час. | | | | | Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации | |
|--------------------------|--|-------|---|--------|--------|-----|---|--|-------|
| | | | Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий | | | | К | | СР |
| | | | Л/ДОТ | ЛР/ДОТ | ПЗ/ДОТ | КСР | | | |
| Тема 1 | Типы визуального контента | 20 | | | 2 | | | 18 | О |
| Тема 2 | Особенности подготовки визуального контента | 22 | | | 3 | | | 19 | О, ПЗ |
| Тема 3 | Особенности продвижения контента в сети Интернет | 22 | | | 3 | | | 19 | О, ПЗ |
| Тема 4 | Медиакультура в глобальном информационном пространстве | 22 | | | 3 | | | 19 | О, ДП |
| Тема 5 | Неэтичные методы продвижения контента | 22 | | | 3 | | | 19 | ДП |
| Промежуточная аттестация | | | | | | | | | З |
| Всего: | | 108 | | | 14 | | | 94 | |

Используемые сокращения:

Л – занятия лекционного типа (лекции и иные учебные занятия, предусматривающие преимущественную передачу учебной информации педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях, обучающимся);

ЛР – лабораторные работы (вид занятий семинарского типа);

ПЗ – практические занятия (виды занятия семинарского типа за исключением лабораторных работ);

КСР – индивидуальная работа обучающихся с педагогическими работниками организации и (или) лицами, привлекаемыми организацией к реализации образовательных программ на иных условиях (в том числе индивидуальные консультации);

ДОТ – занятия, проводимые с применением дистанционных образовательных технологий, в том числе с применением виртуальных аналогов профессиональной деятельности;

СР – самостоятельная работа, осуществляемая без участия педагогических работников организации и (или) лиц, привлекаемых организацией к реализации образовательных программ на иных условиях;

О – опрос;

З – зачет.

Содержание дисциплины

| № п/п | Наименование тем | Содержание тем |
|-------|--|---|
| 1 | Типы визуального контента | Развлекательный контент, образовательный контент, репутационный контент, коммуникационный контент, продающий контент. |
| 2 | Особенности подготовки визуального контента | Специфика визуального контента особенности его подготовки. Инструменты для создания визуального контента. Алгоритм создания визуального контента. Приемы выразительности и средства воздействия в подготовке визуального контента. |
| 3 | Особенности продвижения контента в сети Интернет | Особенности продвижения контента в сети Интернет. Особенности аудитории в сети Интернет. Обзор методов продвижения контента в сети Интернет. Основные инструменты продвижения в Интернете. Информационные ресурсы. Сетевые дневники. Рейтинги сайтов. Поисковые системы. Системы управления контентом. |
| 4 | Медиакультура в глобальном информационном пространстве | Медиакультура - форма организации глобального взаимодействия в современном обществе. Роль глобализации в трансформации способа информационно-культурного взаимодействия. Уровень символического обмена в системе бизнес-коммуникаций. Традиционные инновационные каналы коммуникации в глобальном мире. Конвергентные формы инфокоммуникаций в современной бизнес-среде. Медиакультура в глобальных политических коммуникациях. Формирование представлений о медиакультуре и ее роли в современном информационном обществе инновационных информационно-телекоммуникационных технологий. |
| 5 | Неэтичные методы продвижения контента | Спам. Обман поисковых систем. Свопинг. Накрутка цитируемости. Накрутка посещаемости. Всплывающие окна. Черный PR. Тайпсквоттинг. Открытие сайта. информационный повод. Информационное спонсорство. Специальные акции. Интеграция сайта в общую IT-инфраструктуру компаний. Использование сторонних систем управления контентом. Текстовая реклама. Контекстная реклама. |

4. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся и оценочные материалы промежуточной аттестации по дисциплине

4.1. Формы и методы текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

4.1.1. В ходе реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 «Технология создания и продвижения визуального контента» используются следующие методы текущего контроля успеваемости обучающихся:

| Тема и/или раздел | Методы текущего контроля успеваемости |
|--|--|
| Типы визуального контента | устный опрос |
| Особенности подготовки визуального контента | устный опрос, практическое задание |
| Особенности продвижения контента в сети Интернет | устный опрос, практическое задание |
| Медиакультура в глобальном информационном пространстве | устный опрос, доклады-презентации. |
| Неэтичные методы продвижения контента | доклады-презентации. |

4.1.2. Зачет проводится с применением следующих методов (средств): устный опрос.

4.2. Материалы текущего контроля успеваемости обучающихся

Типовые оценочные материалы по теме № 1 «Типы визуального контента»

Типовые вопросы устного опроса:

1. Развлекательный контент;
2. образовательный контент;
3. репутационный контент;
4. коммуникационный контент;
5. продающий контент.

Типовые оценочные материалы по теме № 2 «Особенности подготовки визуального контента»

Типовые вопросы устного опроса:

1. Специфика визуального контента особенности его подготовки.
2. Инструменты для создания визуального контента
3. Алгоритм создания визуального контента.
4. Приемы выразительности и средства воздействия в подготовке визуального контента.

Практическое задание:

Разработать прототип визуального контента для сайта.

Типовые оценочные материалы по теме № 3 «Особенности продвижения контента в сети «Интернет»

Типовые вопросы устного опроса:

1. Особенности продвижения контента в сети Интернет.

2. Особенности аудитории в сети Интернет.
3. Обзор методов продвижения контента в сети Интернет.
4. Основные инструменты продвижения в Интернете.
5. Информационные ресурсы.
6. Сетевые дневники.
7. Рейтинги сайтов.
8. Поисковые системы.
9. Системы управления контентом.

Практическое задание:

Разработать стратегию продвижения собственного сайта/бренда в сети «Интернет».

Типовые оценочные материалы по теме № 4 «Медиакультура в глобальном информационном пространстве»

Типовые вопросы устного опроса:

1. Медиакультура - форма организации глобального взаимодействия в современном обществе.
2. Роль глобализации в трансформации способа информационно-культурного взаимодействия.
3. Основные черты медиакультуры.
4. Уровень символического обмена в системе бизнес-коммуникаций.
5. Традиционные инновационные каналы коммуникации в глобальном мире.
6. Конвергентные формы инфокоммуникаций в современной бизнес-среде.

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Причины распространения современных информационных технологий по миру с точки зрения Г. Шиллера.
2. Концепция «культурного империализма», «Нового международного информационного и коммуникационного порядка».
3. Медиакультура в глобальных политических коммуникациях.
4. Формирование представлений о медиакультуре и ее роли в современном информационном обществе инновационных информационно-телекоммуникационных технологий.

Типовые оценочные материалы по теме № 5 «Неэтичные методы продвижения контента»

Типовые темы докладов-презентаций:

1. Спам.
2. Обман поисковых систем.
3. Свопинг.
4. Накрутка цитируемости.
5. Накрутка посещаемости.
6. Всплывающие окна.
7. Черный PR.
8. Тайпсквоттинг.
9. Открытие сайта.
10. информационный повод.
11. Информационное спонсорство.
12. Специальные акции. Интеграция сайта в общую IT-инфраструктуру компаний.
13. Использование сторонних систем управления контентом.
14. Текстовая реклама.

15. Контекстная реклама.

1.3. Показатели и критерии оценивания компетенций с учетом этапа их формирования

| Код компетенции | Наименование компетенции | Код компонента компетенции | Наименование компонента компетенции |
|-----------------|--|----------------------------|--|
| ПК-2 | способность планировать, разрабатывать и создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей | ПК-2.1 | Способен создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры. |
| ПК-3 | способность самостоятельно обрабатывать контент с целью его публикации в различных форматах и жанрах, соответствующих задачам конкретных медиа | ПК-3.1 | Способен самостоятельно обрабатывать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры с целью его публикации. |

| Компонент компетенции | Индикатор оценивания | Критерий оценивания |
|-----------------------|--|---|
| ПК-2.1 | Способен создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры. | Знает основы создания медиаконтента, основные положения современной аудиовизуальной культуры; |
| ПК-3.1 | Способен самостоятельно обрабатывать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей, с учётом современной аудиовизуальной культуры с целью его публикации. | Знает основы редактирования медиаконтента, основные положения современной аудиовизуальной культуры; Владеет инструментами обработки и продвижения визуального контента; Владеет навыками написания и подготовки к публикации медиатекста. |

1.3.1. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации

Типовые вопросы для промежуточной аттестации (зачёта):

1. Типы визуального контента
2. Специфика визуального контента особенности его подготовки.
3. Инструменты для создания визуального контента
4. Алгоритм создания визуального контента.

5. Приемы выразительности и средства воздействия в подготовке визуального контента.
6. Особенности продвижения контента в сети Интернет.
7. Особенности аудитории в сети Интернет.
8. Обзор методов продвижения контента в сети Интернет.
9. Основные инструменты продвижения в Интернете.
10. Информационные ресурсы.
11. Сетевые дневники.
12. Рейтинги сайтов.
13. Поисковые системы.
14. Системы управления контентом.
15. Медиакультура - форма организации глобального взаимодействия в современном обществе.
16. Роль глобализации в трансформации способа информационно-культурного взаимодействия.
17. Основные черты медиакультуры.
18. Уровень символического обмена в системе бизнес-коммуникаций.
19. Традиционные инновационные каналы коммуникации в глобальном мире.
20. Конвергентные формы инфокоммуникаций в современной бизнес-среде.
21. Причины распространения современных информационных технологий по миру с точки зрения Г. Шиллера.
22. Концепция «культурного империализма», «Нового международного информационного и коммуникационного порядка».
23. Медиакультура в глобальных политических коммуникациях.
24. Формирование представлений о медиакультуре и ее роли в современном информационном обществе инновационных информационно-телекоммуникационных технологий.
25. Неэтичные методы продвижения контента.

Шкала оценивания

| Оценка | Описание шкалы |
|------------|--|
| зачтено | У обучающегося сформированы уверенные знания, умения и навыки, включенные в соответствующий этап освоения компетенций, он глубоко и полно освещает теоретические, методологические и практические аспекты вопроса, проявляет творческий подход к его изложению и демонстрирует дискуссионность проблематики, а также глубоко и полно раскрывает дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Свободное владение материалом. Достаточный уровень знакомства со специальной научной литературой. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы. Обучающийся не затрудняется с ответами при видоизменении заданий, правильно обосновывает принятые решения, владеет разносторонними навыками и приемами выполнения практических задач. |
| не зачтено | Ставится, если обучающийся не знает и не понимает сущности вопросов и предлагаемых задач. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, не сформированы. Недостаточный уровень усвоения понятийного аппарата и наличие фрагментарных знаний по программному материалу дисциплины, обучающийся допускает существенные ошибки, неуверенно, с большими затруднениями решает практические задачи или не справляется с ними самостоятельно. Отсутствие минимально допустимого уровня в самостоятельном решении практических задач. |

| | |
|--|---|
| | Практические навыки профессиональной деятельности сформированы в недостаточном объеме |
|--|---|

Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в виде зачета, который проводится в форме устного опроса.

Выполнение всех заданий текущего контроля является желательным для всех обучающихся.

Оценка знаний обучающегося носит комплексный характер (по пятибалльной шкале) и определяется:

- ответом на зачете;
- достижениями в семестровый период.

Оценка проводится по следующим формам и методам контроля: выполнение практических заданий.

Критерии оценки практического задания (ПЗ):

Ответ обучающегося оценивается, исходя из следующих критериев:

- анализ аудиоконтента на профессиональном уровне с использованием соответствующей терминологии;
- полнота и лаконичность ответа;
- степень использования научной и учебной литературы;
- логика и аргументированность изложения;
- разработка критериев отбора продуктивных идей для аудиоподкаста;
- выступление с докладом перед аудиторией;
- подготовка аудиоконтента к публикации;
- владение основными навыками сторителлинга.

5. Методические материалы по освоению дисциплины

5.1. Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся

Наряду с прослушиванием лекций и участием в обсуждении проблем на практических занятиях, учебный план предусматривает затрату обучающимися, как правило, большего числа часов для самостоятельной работы.

Эта работа складывается из изучения литературы, в том числе в связи с подготовкой к практическим занятиям, выполнения других заданий преподавателя.

Основным элементом этой работы является изучение основных разделов дисциплины, содержащейся в программе по этой дисциплине, с использованием записей лекций преподавателя, ведущего курс, и рекомендуемой программой (а в ряде случаев и дополнительно преподавателем) литературы – учебников и учебных пособий, монографий и статей по отдельным проблемам данной науки. Такая работа должна выполняться в той или иной степени всеми обучающимися при подготовке к практическим занятиям. Но это можно делать и по темам, которые не выносятся на практические занятия – для этого рекомендуется сразу после лекции по теме прочитать рекомендованную по ней литературу. Это поможет закреплению материала.

Приступая к изучению той или иной темы, выделяемой по предметно-систематизированному принципу, нужно по отдельности и последовательно рассмотреть каждую из частей, из которых состоит тема.

Формой самостоятельной работы может быть и подготовка доклада по теме, определяемой преподавателем или инициативно предлагаемой обучающимся и согласуемой с преподавателем. Подготовка доклада в принципе ведется подобно тому, как

ведется изучение темы для работы на практическом занятии, только тема доклада всегда значительно уже темы занятия, здесь разрабатывается лишь часть выносимой на занятие проблематики, но зато рассмотрение этой части должно быть более глубоким. Поэтому нужно опираться на более широкий круг литературных источников, специально посвященных соответствующей теме.

При изучении курса, обучающиеся должны уметь пользоваться и научной литературой для самостоятельной подготовки к занятиям. Обучающиеся также должны научиться, используя различные научные источники, создавать аудиоподкасты, знать основные способы их продвижения.

Без ясного понимания основных понятий образовательный процесс усложняется. Для повышения эффективности обучения необходимо использовать существующие терминологические справочники и толковые словари.

Контроль самостоятельной работы обучающегося – неотделимый, безусловно, необходимый, элемент организации и управления СР.

Моделирование самостоятельной работы обучающихся:

1. Повторение пройденного теоретического материала.
2. Установление главных вопросов темы.
3. Определение глубины и содержания знаний по теме, составление тезисов по теме.
4. Упражнения.
5. Анализ выполняемой деятельности и ее самооценка.
6. Приобретенные умения и навыки.
7. Составление вопросов по содержанию лекции.

Руководство выполнением самостоятельной работы обучающихся:

1. Текущее собеседование и контроль.
2. Консультации.
3. Анализ, рецензирование, оценка, коррективы СР.
4. Перекрестное рецензирование.
5. Подведение итогов и т. д.

Этапы и приемы СР:

1. Подбор рекомендуемой литературы.
2. Знакомство с вопросами плана семинарского занятия и методической разработки по данной теме.
3. Определение вопросов, по которым нужно прочитать или законспектировать литературу.

4. Составление схем, таблиц на основе текста лекций, учебника, монографии.

Комплекс средств обучения при самостоятельной работе обучающихся.

1. Методические разработки для обучающихся с основным содержанием курса.
2. Дидактический раздаточный материал.
3. обзорный конспект лекций, вопросы лекции.

6. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

6.1. Основная литература

1. Катунин, Г. П. Основы мультимедийных технологий / Г. П. Катунин. — 3-е изд., стер. — Санкт-Петербург : Лань, 2023. — 784 с. — ISBN 978-5-507-46863-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/322652>

2. Куркова, Н. С. Аудиовизуальные технологии в рекламе : учебное пособие для вузов / Н. С. Куркова. — 2-е изд. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 127 с. —

(Высшее образование). — ISBN 978-5-534-18773-1. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/545519>

3. 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. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/555050>

4. Милинчук, Е. С. SMM-маркетинг : учебное пособие для вузов / Е. С. Милинчук. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 216 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-17395-6. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/533003>

5. Познин, В. Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика : учебник и практикум для вузов / В. Ф. Познин. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 362 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-00656-8. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/537098>

6. Трищенко, Д. А. Техника и технологии рекламного видео : учебник и практикум для среднего профессионального образования / Д. А. Трищенко. — Москва : Издательство Юрайт, 2024. — 177 с. — (Профессиональное образование). — ISBN 978-5-534-12575-7. — Текст : электронный // Образовательная платформа Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/542748>.

6.2. Дополнительная литература

1. Джон, Мэрфи Визуальный инвестор: как выявлять рыночные тренды / Мэрфи Джон ; перевод В. Ионов. — 2-е изд. — Москва : Альпина Паблишер, 2019. — 328 с. — ISBN 978-5-9614-1705-0. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/86746.html>.

2. Леонович, Я.В. Феномен визуальной коммуникации в современной интернет-среде / Я.В. Леонович // Интеллект. Инновации. Инвестиции. — 2019. — № 1. — С. 72-78. — ISSN 2077-7175. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/310400>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

3. Михалева, Г.В. Технология использования аудиовизуальных медиатекстов о школе и вузе в медиаобразовательном процессе: на примере интернета / Г.В. Михалева // Crede Experto: транспорт, общество, образование, язык. — 2019. — № 2. — С. 106-120. — ISSN 2312-1327. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/journal/issue/311395>. — Режим доступа: для авториз. пользователей.

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

5. Пименов, В. И. Видеомонтаж. Практикум : учебное пособие для вузов / В. И. Пименов. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 159 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-07628-8. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/471957>.

6. Потапов, Ю. А. Современная пресс-служба : учебник для вузов / Ю. А. Потапов, О. В. Тепляков. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Издательство Юрайт, 2021. — 294 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-534-12233-6. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/474720>.

7. Тангян, Л. Р. Приёмы перевода реалий в художественных фильмах=Techniques of translating cultural specific items in films / Л. Р. Тангян ; Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики». — Москва :

б.и., 2020. – 60 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=597643>.

6.3. Учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы

1. Алмаев, Н. А. Применение контент-анализа в исследованиях личности : методические вопросы / Н. А. Алмаев. — 2-е изд. — Москва : Издательство «Институт психологии РАН», 2019. — 166 с. — ISBN 978-5-9270-0242-9. — Текст : электронный // Электронно-библиотечная система IPR BOOKS : [сайт]. — URL: <https://www.iprbookshop.ru/88364.html>.

6.4. Нормативные правовые документы

Использование не предполагается.

6.5 Интернет-ресурсы.

1. <http://alt.ranepa.ru/> официальный сайт Алтайского филиала РАНХиГС.
2. <http://www.iprbookshop.ru/> Электронно-библиотечная система IPRbooks.
3. www.korunb.nlr.ru – корпорация универсальных научных библиотек (подбор электронных ресурсов и литературы по запросу пользователя), – российская национальная библиотека.
4. www.lib.ru – библиотека СПбГУ.

6.6. Иные источники

1. Гаврилов, Э. "Формат" аудиовизуального произведения и некоторые вопросы права интеллектуальной собственности [Текст] / Гаврилов Э. // Хозяйство и право. - 2016. - 3. - с.64-79.
2. Татарко, А.Н. Методика оценки вовлеченности в использование информационно-коммуникационных технологий [Текст] / А.Н. Татарко // Социальная психология и общество. - 2020. - №1. - С. 180-192.
3. Чубур, Ольга Васильевна. Вытеснит ли интернет- торговля традиционные магазины? [Текст] / О. В. Чубур ; Алтайский филиал РАНХиГС // Наше дело. - 2021. - №4. - С. 36-37.

7. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

Для обеспечения учебного процесса по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Технология создания и продвижения визуального контента» филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, а также помещениями для самостоятельной работы и помещениями для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования.

Лекционные аудитории оснащены видеопроекторным оборудованием для проведения презентаций, а также средствами звуковоспроизведения; помещения для практических занятий укомплектованы учебной мебелью; библиотека располагает рабочими местами с доступом к электронным библиотечным системам и сети интернет. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением.