

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

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

42.03.05 Медиакоммуникации

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

заочная

Год набора – 2026

Барнаул

Автор(ы)-составитель(и) РПД:

Рязанов Максим Игоревич, старший преподаватель кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Заведующий кафедрой:

Гончарова Наталья Петровна, к.соц.н., доцент, и.о. заведующего кафедрой медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайского филиала РАНХиГС

Рабочая программа дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Технология создания и продвижения визуального контента одобрена на заседании кафедры медиакоммуникаций, русского языка и риторики Алтайский филиал РАНХиГС

протокол № 1 от «27» августа 2025 г.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы
2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы
3. Содержание и структура дисциплины
4. Типы оценочных материалов, показатели и критерии их оценивания
5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам
6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине
7. Методические материалы по освоению дисциплины
8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»
9. Материально-техническая база, информационные технологии, программное обеспечение и информационные справочные системы

1. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Дисциплина Б1.В.ДВ.03.01 Технология создания и продвижения визуального контента обеспечивает формирование у обучающихся следующих универсальных, общепрофессиональных и профессиональных компетенций*:

ОТФ/ТФ и реквизиты ПС <i>(при наличии)**</i>	Код компетенции **	Наименование Компетенции **	Код индикатора достижения компетенций **	Наименование индикатора достижения компетенций **	Образовательный результат **
А/02.6 Подготовка к публикации собственных материалов (работа в эфире)	ПК-2	Способность планировать, разрабатывать и создавать медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей	ПК-2.1	Планирует, разрабатывает и создаёт медиаконтент в различных жанрах, форматах и для разных носителей.	<i>ПК-2.1. 3-1</i> Знает основы создания медиаконтента, основные положения современной аудиовизуальной культуры
					<i>ПК-2.1. Н-1</i> Владеет технологией создания и продвижения визуального контента
А/02.6 Подготовка к публикации собственных материалов (работа в эфире)	ПК-3.	Способность самостоятельно обрабатывать контент с целью его публикации в различных форматах и жанрах, соответствующих задачам	ПК-3.1	Способен подготовить к публикации медиаконтент с учетом различных форматов и жанров, соответствующих задачам конкретных медиа	<i>ПК-3.1 3-1</i> Знает основы редактирования медиаконтента, основные положения современной аудиовизуальной культуры

		конкретных медиа			
					<i>ПК-3.1 Н-1</i> Владеет инструмента ми обработки и продвижени я визуального контента
					<i>ПК-3.1 Н-2</i> Владеет навыками написания и подготовки к публикации медиатекста

** Дисциплина может формировать компетенцию полностью или частично.*

*** Должно соответствовать Приложению 1 к образовательной программе*

2. Объем и место дисциплины в структуре образовательной программы

Общий объем дисциплины составляет – 3 з.е., 108 академических

Количество академических часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) на очной форме обучения составляет 14 академических часов, практические занятия – 14 академических часов, самостоятельная работа – 94 академических часов.

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

3.1. Структура дисциплины

№ п/п	Наименование тем и (или) разделов	ВСЕГО	Объем дисциплины, ак.час											Форма текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации	
			Контактная работа обучающихся с преподавателем по видам учебных занятий								Самостоятельная работа				
			Период теоретического обучения				Период промежуточной аттестации (сессия)								
			Занятия лекционного типа		Занятия семинарского типа		ИК	КСР	КЭ	Кат тэк	К о н т р о л ь	СРкр	СРэк		СР
			Л	ВЛ	ЛР	ПЗ									
Тема 1	Типы визуального контента	20				2								18	О
Тема 2	Особенности подготовк	22				3								19	О; КЗ

	и визуально го контента													
Тема 3	Особенно сти продвиже ния	22				3							19	О; КЗ
Тема 4	контента в сети Интернет	22				3							19	О; КЗ
Тема 5	Медиакул ьтура в	22				3							19	КЗ
Промежуточная аттестация														3
Итого		108				14							94	

Используемые сокращения:

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

ВЛ – видео лекции.

ЛР – лабораторные работы.

ПЗ – практические занятия (за исключением лабораторных работ).

ИК – индивидуальные консультации.

КСР – контроль самостоятельной работы

КЭ – консультации перед экзаменом

Каттэк – контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий

Контроль - контактная работа на аттестацию в период экзаменационных сессий для заочной формы обучения

СРкр – самостоятельная работа на подготовку курсовой работы/ курсового проекта.

СРэк – самостоятельная работа на подготовку к экзамену.

СР – самостоятельная работа в семестре на подготовку к учебным занятиям.

3.2. Содержание дисциплины

Тема 1. Типы визуального контента (ПК-2, ПК-3)

Развлекательный контент, образовательный контент, репутационный контент, коммуникационный контент, продающий контент.

Тема 2. Особенности подготовки визуального контента (ПК-2, ПК-3)

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

Тема 3. Особенности продвижения контента в сети Интернет (ПК-2, ПК-3)

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.

Тема 4. Медиакультура в глобальном информационном пространстве (ПК-2, ПК-3)

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.

Тема 5. Неэтичные методы продвижения контента (ПК-2, ПК-3)

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. Типы оценочных материалов, показатели и критерии оценивания

4.1. Оценочные материалы по дисциплине Б1.В.ДВ.03.01 «Технология создания и продвижения визуального контента» входят в состав оценочных материалов по образовательной программе. Совокупность оценочных материалов по всем дисциплинам (модулям) образовательной программы составляет фонд оценочных средств (далее – ФОС). ФОС используется при проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации

обучающихся с целью оценивания достижения обучающимися планируемых результатов обучения.

4.2. ФОС разработан как комплекс проверочных заданий различного типа и уровня сложности, включает критерии и шкалы оценивания, а также «ключи» правильных ответов. ФОС формируется как отдельный документ и хранится в электронном виде, доступ к ФОС предоставлен ограниченному кругу лиц.

4.3. Для самостоятельной работы обучающихся при подготовке к текущему контролю успеваемости и промежуточной аттестации в рабочих программах дисциплин размещены типовые проверочные задания, которые можно условно разделить на задания закрытого, комбинированного и открытого типов.

Задания закрытого типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных.

Задания комбинированного типа — это тестовые задания, в которых каждый вопрос сопровождается готовыми вариантами ответов, из которых необходимо выбрать один или несколько правильных и обосновать свой выбор.

Задания открытого типа — это задания, в которых на каждый вопрос должен быть предложен развернутый обоснованный ответ.

В зависимости от типа задания рекомендованы определенная последовательность выполнения и система оценивания выполнения заданий.

4.4. Типы заданий, сценарии выполнения, критерии оценивания

ТИП ЗАДАНИЯ	ИНСТРУКЦИЯ	СЦЕНАРИИ ВЫПОЛНЕНИЯ	КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ
Задание закрытого типа с выбором одного правильного ответа из нескольких предложенных	Прочитайте текст, выберите правильный ответ	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов. 2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа. 3. Выбрать один верный ответ. 4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа (например, 3 или В). 	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква
Задание закрытого типа на установление соответствия	Прочитайте текст и установите соответствие	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидаются пары элементов. 2. Внимательно прочитать оба списка: список 1 – вопросы, утверждения, факты, понятия и т.д.; список 2 – утверждения, свойства объектов и т.д. 3. Сопоставить элементы списка 1 с элементами списка 2, сформировать пары элементов. 4. Записать попарно буквы и цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа (например, А1 или Б4). 	Ответ считается верным, если правильно указаны цифры или буквы
Задание закрытого типа с выбором нескольких	Прочитайте текст, выберите правильные ответы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается несколько правильных ответов из предложенных вариантов. 	Ответ считается верным, если правильно установлены все соответствия (позиции из

правильных ответов из нескольких вариантов предложенных		<p>2. Внимательно прочитать предложенные вариант-ты ответа.</p> <p>3. Выбрать несколько правильных ответов.</p> <p>4. Записать только номера (или буквы) выбранного варианта ответа (например, 1 4 или А Г).</p>	одного столбца верно сопоставлены с позициями другого)
Задание закрытого типа на установление последовательности	Прочитайте текст и установите последовательность	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается последовательность элементов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Построить верную последовательность из предложенных элементов.</p> <p>4. Записать буквы/цифры (в зависимости от задания) вариантов ответа в нужной последовательности (например, БВА или 135).</p>	Ответ считается верным, если правильно указана вся последовательность цифр
Задание комбинированного типа с выбором одного правильного ответа из предложенных и обоснованием выбора	Прочитайте текст, выберите правильный ответ и запишите аргументы, обосновывающие выбор ответа	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять, что в качестве ответа ожидается только один из предложенных вариантов.</p> <p>2. Внимательно прочитать предложенные варианты ответа.</p> <p>3. Выбрать один верный ответ.</p> <p>4. Записать только номер (или букву) выбранного варианта ответа.</p>	Ответ считается верным, если правильно указана цифра или буква и приведены корректные аргументы, используемые при выборе ответа

		5. Записать аргументы, обосновывающие выбор ответа (например, 4 текст обоснования).	
Задание открытого типа с развернутым ответом	Прочитайте текст и запишите развернутый обоснованный ответ	<p>1. Внимательно прочитать текст задания и понять суть вопроса.</p> <p>2. Продумать логику и полноту ответа.</p> <p>3. Записать ответ, используя четкие компактные формулировки.</p> <p>4. В случае расчетной задачи, записать решение и ответ</p>	<p>Ответ считается верным:</p> <p>1. Отсутствие фактических ошибок.</p> <p>2. Раскрытие объема используемых понятий (полнота ответа).</p> <p>3. Обоснованность ответа (наличие аргументов).</p> <p>4. Логическая последовательность излагаемого материала.</p>

4.5. Общая шкала оценивания результатов текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся с применением БРС*

Итоговая балльная оценка	Традиционная система	Бинарная система	ECTS	
			Для тради- ционной системы	Для бинарной системы
	Отлично	Зачтено	A	P/ Passed
			B	P/ Passed
	Хорошо		C	P/ Passed
			D	P/ Passed
	Удовлетворительно		E	P/ Passed
	Неудовлетворительно	Не зачтено	F	F/Failed

Соотношение баллов за текущий контроль успеваемости и промежуточную аттестацию, а также повторную промежуточную аттестацию:

Максимальная сумма баллов за текущий контроль успеваемости	Максимальная сумма баллов за промежуточную аттестацию	Максимальная итоговая балльная оценка	Максимальная сумма баллов за повторную промежуточную аттестацию
60 баллов	40 баллов	100баллов	100баллов

5. Формы аттестации, типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся, критерии и шкалы оценивания по контрольным точкам

5.1. В ходе реализации дисциплины используются следующие формы текущего контроля успеваемости обучающихся (в том числе, задания к контрольным точкам):

опрос, контрольное задание

5.2. Типовые оценочные материалы для текущего контроля успеваемости обучающихся (вне контрольных точек):

Тема № 1 «Типы визуального контента»

Опрос:

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

5. продающий контент.

Тема № 2 «Особенности подготовки визуального контента»

Опрос:

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.

Контрольные задания:

Разработать прототип визуального контента для сайта.

Тема № 3 «Особенности продвижения контента в сети «Интернет»

1. Опрос: 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.

Контрольные задания:

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

Тема № 4 «Медиакультура в глобальном информационном пространстве»

Опрос:

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.

Контрольные задания:

Создание презентации на тему:

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.

Тема № 5 «Технология создания событийного видеоряда»

Контрольные задания:

Создание презентации на тему:

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.

5.3. Один или несколько тематических блоков дисциплины завершаются контрольной точкой (далее – КТ). Текущий контроль успеваемости по дисциплине предусматривает не менее 2 (двух) и не более 10 (десяти) КТ в течение периода освоения дисциплины.

Максимальное количество баллов за любой тип работ в рамках КТ составляет 100 (сто) баллов.

Распределение весовых коэффициентов по КТ в рамках текущего

контроля успеваемости по дисциплине и формулы расчета:

Наименование контрольной точки	Максимальное количество баллов за работу в рамках КТ, которое может набрать студент	Коэффициент веса контрольной точки	Результат контрольной точки, участвующий в формировании итоговой балльной оценки по дисциплине (отражается в журнале БРС в СДО)
КТ 1	100	0,1	10
КТ 2	100	0,2	20
КТ 3	100	0,3	30
Итого:	x	0,6	60

Формула расчета результата контрольной точки:

Результат контрольной точки = Количество баллов за работу в рамках КТ X Коэффициент веса контрольной точки.

5.4. Формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ и типовые оценочные материалы:

КТ – 1.

Тема 1, Тема 2

Контрольное задание:

Подготовить интерактивную презентацию на одну из тем:

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.

КТ – 2.

Тема 3

Контрольное задание:

Подготовить интерактивную презентацию на одну из тем:

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.

КТ – 3.

Тема 4, Тема 5

Контрольное задание:

Подготовить интерактивную презентацию на одну из тем:

1. Сетевые дневники.
2. Рейтинги сайтов.
3. Поисковые системы.
4. Системы управления контентом.
5. Медиакультура - форма организации глобального взаимодействия в современном обществе.
6. Роль глобализации в трансформации способа информационно-культурного взаимодействия.

Для каждой формы текущего контроля успеваемости обучающихся в рамках КТ определены критерии оценивания результатов выполнения задания.

1. Критерии оценивания контрольного задания:

Критерии оценки	Диапазон баллов	Описание критерия
Содержание и раскрытие темы	0-20	Детальное, последовательное описание всех этапов с конкретными примерами
Сбор материала	0-20	Сбор материала для выполнения задания выполнен полностью и с использованием нескольких методов
Единство стиля	0-20	Все элементы задания выполнены в едином стиле с соблюдением норм типографики
Логика изложения	0-20	Чёткая последовательность изложения ответа на вопросы по выполнению задания
Оригинальность	0-20	Уникальный подход к теме, нестандартные решения, инновационные идеи, собственная позиция автора
Итого максимально:	100	

5.5. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий.

Контрольные задания по дисциплине выполняются на компьютере.

6. Формы промежуточной аттестации, критерии и шкала оценивания, типовые оценочные материалы по дисциплине

6.1. Промежуточная аттестация проводится в форме

Зачета

6.2. Типовые оценочные материалы промежуточной аттестации.

Типовые проверочные задания для самоподготовки обучающегося к промежуточной аттестации:

Тема 1. Типы визуального контента (ПК-2, ПК-3)

Вопросы открытого типа:

1. Дайте характеристику репутационному контенту. Каковы его цели и в каких форматах он чаще всего представлен?
2. Чем образовательный визуальный контент принципиально отличается от развлекательного по целям, приемам и метрикам успеха?
3. Опишите, как продающий визуальный контент сочетает в себе элементы информирования и убеждения. Приведите примеры эффективных форматов.
4. Какую роль выполняет коммуникационный визуальный контент в построении диалога с аудиторией бренда или медиаперсоны?

Вопросы закрытого типа:

1. Какой тип контента направлен на формирование лояльности и позитивного имиджа бренда, а не на прямые продажи?
 - а) Продающий
 - б) Репутационный
 - в) Развлекательный
 - г) Образовательный
2. Основная цель продающего визуального контента — это:
 - а) Развлечь аудиторию без упоминания продукта
 - б) Подтолкнуть пользователя к целевому действию (покупка, заказ)
 - в) Рассказать историю компании
 - г) Обучить пользователя сложному навыку
3. "Сторителлинг" (storytelling) как прием наиболее характерен для:
 - а) Только для развлекательного контента
 - б) Только для репутационного контента

- в) Для всех типов контента, так как история вовлекает аудиторию
- г) Только для технических инструкций

4. К коммуникационному контенту НЕ относится:

- а) Прямые эфиры в социальных сетях
- б) Ответы на комментарии в виде коротких видео
- в) Интерактивные опросы в Stories
- г) Рекламный баннер с фиксированным сообщением

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что один и тот же визуальный материал (например, видео) может одновременно выполнять функции и образовательного, и репутационного контента?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли развлекательный контент бесполезным для серьезного B2B-бренда?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

Тема 2. Особенности подготовки визуального контента (ПК-2, ПК-3)

Вопросы открытого типа:

1. Опишите ключевые этапы алгоритма создания визуального контента от идеи до публикации.

2. Какие приемы визуальной выразительности (композиция, цвет, типографика) вы знаете и как они воздействуют на восприятие аудитории?

3. Проведите обзор современных инструментов для создания визуального контента, разделив их на категории (для дизайна, монтажа видео, графики и т.д.).

4. В чем заключается специфика подготовки контента для социальных сетей по сравнению с контентом для официального сайта?

Вопросы закрытого типа:

1. Какой этап алгоритма создания контента является первым и определяющим?

- а) Публикация
- б) Анализ целевой аудитории и постановка целей
- в) Подбор изображений
- г) Продвижение

2. Что НЕ является инструментом для создания визуального контента?

- а) Adobe Photoshop

- б) Figma
- в) Google Docs
- г) Canva

3. Прием "контраст" в визуальном контенте используется для:

- а) Создания монотонного и спокойного изображения
- б) Привлечения внимания к ключевому элементу через различие в цвете, размере или форме
- в) Сокращения главного сообщения
- г) Уменьшения читаемости текста

4. Специфика контента для социальных сетей требует:

- а) Длинных и сложных текстов
- б) Вертикального формата, адаптации под мобильные устройства и высокой визуальной яркости
- в) Использования только черно-белой палитры
- г) Отсутствия логотипа бренда

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что дорогой и профессиональный инструмент (например, Adobe After Effects) гарантирует создание успешного визуального контента?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли этап планирования и разработки контент-стратегии излишним для небольших проектов?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

Тема 3. Особенности продвижения контента в сети Интернет (ПК-2, ПК-3)

Вопросы открытого типа:

1. Опишите модель поведения современной интернет-аудитории и ее влияние на стратегию продвижения визуального контента.

2. Проведите обзор методов продвижения контента, разделив их на органические (бесплатные) и платные.

3. Какую роль в продвижении контента играют поисковые системы и что такое поисковая оптимизация (SEO) для визуального контента?

4. Что такое "системы управления контентом" (CMS) и как они упрощают процесс публикации и продвижения контента на сайте?

Вопросы закрытого типа:

1. Что из перечисленного является платным инструментом продвижения?

- а) Оптимизация заголовка и описания видео на YouTube
- б) Контекстная реклама
- в) Участие в челленджах и трендах
- г) Публикация постов в сообществе

2. Основная задача SEO (поисковой оптимизации) — это:

- а) Увеличение количества подписчиков в социальных сетях
- б) Повышение позиций сайта или видео в результатах поиска по релевантным запросам
- в) Создание визуального контента
- г) Написание продающих текстов

3. Что НЕ является характеристикой современной интернет-аудитории?

- а) Клиповое мышление
- б) Высокая медиаграмотность
- в) Невосприимчивость к рекламе
- г) Готовность долго ждать загрузки контента

4. Популярная CMS для ведения блогов и сайтов — это:

- а) WordPress
- б) Microsoft Excel
- в) Adobe Premiere Pro
- г) Google Chrome

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что органическое продвижение полностью бесплатно и не требует никаких ресурсов?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли продвижение в поисковых системах актуальным для визуального контента (изображений, видео)?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

Тема 4. Медиакультура в глобальном информационном пространстве (ПК-2, ПК-3)

Вопросы открытого типа:

1. Раскройте понятие "медиакультура" как формы организации глобального взаимодействия в современном обществе.

2. Как глобализация повлияла на способы информационно-культурного обмена и потребления визуального контента?

3. Что понимается под "конвергентными формами инфокоммуникаций" в современной бизнес-среде? Приведите примеры.

4. Как медиакультура влияет на формирование общественного мнения в сфере глобальных политических коммуникаций?

Вопросы закрытого типа:

1. Медиакультура в бизнес-коммуникациях функционирует на уровне:
- а) Только финансовых транзакций
 - б) Символического обмена (обмена значениями, образами, репутацией)
 - в) Производства товаров
 - г) Логистики

2. Конвергенция в медиа — это:
- а) Разделение каналов коммуникации
 - б) Слияние и взаимопроникновение различных медиа (текст, видео, аудио) и платформ
 - в) Упрощение медиапотребления
 - г) Отказ от цифровых технологий

3. Роль глобализации в трансформации медиакультуры заключается в:
- а) Создании изолированных медиапространств
 - б) Ускорении распространения культурных образцов и контента по всему миру
 - в) Уменьшении роли визуальной коммуникации
 - г) Снижении важности английского языка как языка международного общения

4. Традиционный канал коммуникации в глобальном мире — это:
- а) Только TikTok
 - б) Телевидение, которое адаптируется к новым условиям (интерактивность, второй экран)
 - в) Исключительно печатные газеты
 - г) Устная передача информации

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что развитие медиакультуры привело к полному исчезновению национальных особенностей в визуальном контенте?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли понимание глобальной медиакультуры необходимым навыком для специалиста по созданию и продвижению визуального контента?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

Тема 5. Неэтичные методы продвижения контента (ПК-2, ПК-3)

Вопросы открытого типа:

1. Дайте определение "черному PR" и опишите риски его использования для репутации бренда.
2. В чем заключается суть неэтичных методов обмана поисковых систем (накрутка цитируемости, спам) и почему они запрещены?
3. Опишите различия между этичными (информационный повод, спецакции) и неэтичными (тайпсквоттинг, свопинг) методами привлечения внимания.
4. Почему использование всплывающих окон (pop-up) часто относят к агрессивным и неэтичным методам продвижения?

Вопросы закрытого типа:

1. Что такое "тайпсквоттинг"?
 - а) Регистрация доменного имени, сходного по написанию с популярным брендом, с целью извлечения выгоды
 - б) Создание качественного контента
 - в) Проведение благотворительной акции
 - г) Этичный метод SEO-оптимизации
2. "Накрутка посещаемости" — это:
 - а) Естественный рост аудитории
 - б) Искусственное завышение счетчиков просмотров с помощью ботов или сервисов
 - в) Эффективная вирусная кампания
 - г) Метод анализа аудитории
3. Какой метод является этичным и легальным?
 - а) Рассылка спама
 - б) Создание информационного повода для привлечения внимания СМИ
 - в) Свопинг (подмена содержимого сайта после его индексации)
 - г) Накрутка цитируемости
4. Долгосрочные негативные последствия использования "черного PR" включают:
 - а) Повышение лояльности аудитории
 - б) Потерю доверия, репутационный кризис и юридические риски
 - в) Ускоренное продвижение в поисковиках
 - г) Уменьшение затрат на маркетинг

Вопросы комбинированного типа:

1. Верно ли, что неэтичные методы продвижения позволяют добиться быстрого результата без каких-либо последствий в будущем?

- а) Да
- б) Нет

Поясните свой ответ:

2. Является ли контекстная реклама неэтичным методом продвижения?

- а) Да
б) Нет

Поясните свой ответ:

6.3. Критерии и шкала оценивания на основе БРС¹

КРИТЕРИИ ОЦЕНИВАНИЯ	РЕЗУЛЬТАТ В БАЛЛАХ
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.	40
Ставится при полных, исчерпывающих, аргументированных ответах на все основные и дополнительные вопросы. Этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы. Детальное воспроизведение учебного материала. Практические навыки профессиональной деятельности в значительной мере сформированы. Приемлемое умение самостоятельного решения практических задач с отдельными элементами творчества. Обучающийся твердо знает материал дисциплины, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопросы, правильно применяет теоретические положения при решении практических вопросов и задач, владеет необходимыми навыками и приемами их выполнения.	30-39
Ставится, если этапы компетенций, предусмотренные рабочей программой, сформированы не в полной мере. Наличие минимально допустимого уровня в усвоении учебного материала и в самостоятельном решении практических задач. Практические навыки профессиональной деятельности сформированы не в полной мере. Обучающийся показывает знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, неправильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала, испытывает затруднения при выполнении практических задач.	20-29

¹ *БРС при изучении дисциплины не применяется

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.	0-19
---	------

6.4. Описание дополнительных материалов и оборудования, необходимых для выполнения проверочных заданий (*при необходимости*).

Не требуется.

7. Методические материалы по освоению дисциплины (модуля)

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.

8. Учебная литература и ресурсы информационно-телекоммуникационной сети Интернет

8.1. 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>.

8.2. 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>.

8.3. Нормативные правовые документы и иная правовая информация

Использование не предполагается.

8.4 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.ru – библиотека СПбГУ.

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

Алтайский филиал РАНХиГС имеет комплексное современное материально-техническое оснащение, призванное поддерживать разные форматы обучения и позволяющее кардинально трансформировать учебный процесс, выходя далеко за пределы традиционной лекционной модели. Филиал располагает учебными аудиториями для проведения занятий лекционного типа, лабораторных и практических занятий, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещениями для самостоятельной работы студентов, а также специализированными помещениями, такими как:

- электронный зал для самостоятельной работы;
- компьютерный класс.

Оснащение учебных аудиторий и иных помещений в Алтайском филиале РАНХиГС представлено современными технологиями и оборудованием, включая интерактивные панели и доски, системы видеоконференцсвязи, звуковое оборудование и высокоскоростной Wi-Fi, проекторы или ЖК-панели, а также удобную и эргономичную мебель. Все учебные аудитории оснащены компьютерным оборудованием и лицензионным программным обеспечением. При реализации дисциплины Б1.В.ДВ.03.01 Технология создания и продвижения визуального контента используются следующее программное обеспечение и информационно-справочные системы:

- Microsoft Office;
- Microsoft Windows.