

МИНОБРНАУКИ РОССИИ



Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования

«Российский государственный гуманитарный университет»

(ФГБОУ ВО «РГГУ»)

**ИНСТИТУТ МАССМЕДИА
ФАКУЛЬТЕТ ЖУРНАЛИСТИКИ**

Кафедра телевизионных, радио – и интернет-технологий

ИНТЕГРИРОВАННЫЕ МЕДИАКОММУНИКАЦИИ В ВИЗУАЛЬНЫХ МЕДИА

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

Направление подготовки 42.03.02 - Журналистика

Направленность (профиль) – Современные визуальные медиа

Уровень квалификации выпускника – бакалавр

Форма обучения - очная

РПД адаптирована для лиц
с ограниченными возможностями
здоровья и инвалидов

Москва 2020

Интегрированные медиакоммуникации в визуальных медиа

Рабочая программа дисциплины

Составитель: Кандидат экономических наук Ярных В.И..

УТВЕРЖДЕНО

Протокол заседания кафедры ТРИТ

№ 9 от 16.06.2020

ОГЛАВЛЕНИЕ

1. Пояснительная записка

1.1 Цель и задачи дисциплины

1.2. Формируемые компетенции, соотнесённые с планируемыми результатами обучения по дисциплине

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

2. Структура дисциплины

3. Содержание дисциплины

4. Образовательные технологии

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

5.2. Критерии выставления оценок

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет»

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

9. Методические материалы

9.1. Планы практических (семинарских, лабораторных) занятий

9.2. Методические рекомендации по подготовке письменных работ

9.3. Другие материалы

Приложения

Приложение 1. Аннотация дисциплины

1. Пояснительная записка

1.1. Цель и задачи дисциплины

Цель: познакомить студентов с актуальным целостным представлением о современных коммуникациях в медийном и информационном пространстве.

Задачи:

- изучение современных подходов к журналистской деятельности в условиях мультимедийной среды;
- знакомство с междисциплинарным подходом к формированию современных интегрированных коммуникаций, необходимое для эффективной работы журналиста и исследователя;
- изучение методов создания и распространения контента в современной медиасреде;
- формирование системного подхода к использованию современных информационных медиатехнологий в профессиональной деятельности журналиста и в научных исследованиях.

1.2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с индикаторами достижения компетенций

Компетенция (код и наименование)	Индикаторы компетенций (код и наименование)	Результаты обучения
ПК-2. Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий	ПК-2.1. Знает этапы производственного процесса выпуска журналистского текста и (или) продукта	<i>Знать:</i> основные принципы современных интегрированных коммуникаций; подходы к пониманию процесса медиакommunikации, специфику интегрированных медиакommunikаций в медиакommunikations space <i>Уметь:</i> определить задачи коммуникаций; определить технологии формирования и распространения телевизионного и мультимедийного контента; формировать медиаимидж организации <i>Владеть:</i> способами формирования телевизионного и мультимедийного контента; способами распространения телевизионного и мультимедийного контента; основными технологиями комплексного взаимодействия с обществом
	ПК-2.2. Использует	<i>Знать:</i> основные подходы

	современные редакционные технологии, медиаканалы и платформы в процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта	современных интегрированных коммуникаций; признаки и специфику работы журналиста в медиакommunikation; технологии взаимодействия с обществом <i>Уметь:</i> выбрать необходимый инструмент или технологию подготовки и распространения телевизионного и мультимедийного контента в соответствии с поставленной задачей; продвигать идеи\проект\медиапродукт в интегрированном формате; <i>формировать</i> комплекс интегрированных медиакommunikation <i>Владеть:</i> навыками подготовки медиапродукта для компании или СМИ; инструментами интегрированных медиакommunikation; технологиями интегрированных медиакommunikation
--	--	--

1.3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Интегрированные медиакommunikation в визуальных медиа» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений учебного плана.

Для освоения дисциплины необходимы знания, умения и владения, сформированные в ходе изучения следующих дисциплин и прохождения практик: «Теория и практика коммуникации», «Межкультурные коммуникации в визуальных медиа», «Профессионально-творческая практика»

В результате освоения дисциплины формируются знания, умения и владения, необходимые для изучения следующих дисциплин: «Технологии бренд-журналистики в визуальных медиа», «Журналистика глазами журналиста», «Преддипломная практика».

2. Структура дисциплины

Структура дисциплины для очной формы обучения

Общая трудоёмкость дисциплины составляет 3 з.е., 114 ч., в том числе контактная работа обучающихся с преподавателем 42 ч., самостоятельная работа обучающихся 54 ч., контроль 18 ч.

№ п/п	Раздел дисциплины/темы	Семест	Виды учебной работы (в часах)		Формы текущего контроля успеваемости,
			контактная	Само	

			Лекции	Семинар	Практические занятия	Лабораторные занятия	Промежуточная аттестация		форма промежуточной аттестации
1	Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям	8	2	6				10	
2	Интегрированные коммуникации современного медиапространства	8	2	6				10	
3	Основные технологии комплексного взаимодействия с обществом	8	2	6				10	Анализ интегрированных медиакоммуникаций организации или медиа - презентация
4	Комплекс продвижения идеи \ проекта\медиапродукта как центральный элемент интегрированного коммуникационного процесса	8	2	6				12	
5	Инструменты и технологии интегрированных медиакоммуникаций	8	2	8				12	Подготовка презентации комплекса продвижения интегрированных коммуникаций медиапродукта
	Промежуточная аттестация: экзамен						18		По билетам
	итого:		10	32			18	54	114

3.Содержание дисциплины

№	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1	Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям	Становление информационного общества. Определения и признаки информационного общества. Требования информационного общества к современным коммуникациям. Специфика коммуникаций XXI века.

2	Интегрированные коммуникации современного медиапространства	Определение интегрированных коммуникаций. Специфика интегрированных медиакоммуникаций в медиапространстве. Возможности и ограничения интегрированных медиакоммуникаций
3	Основные технологии комплексного взаимодействия с обществом	Технологии взаимодействия с обществом. Формирование медиаимиджа организации. Общественные и корпоративные коммуникации. Специфика интегрированных медиакоммуникаций общественных организаций.
4	Комплекс продвижения идеи \ проекта\медиапродукта как центральный элемент интегрированного коммуникационного процесса	Формирования комплекса интегрированных медиакоммуникаций. Структура комплекса интегрированных медиакоммуникаций. Условия комплексного продвижения идеи\проекта\медиапродукта в интегрированном формате
5	Инструменты и технологии интегрированных медиакоммуникаций	Технологии интегрированных медиакоммуникаций. Специфика аудитории в интегрированных медиакоммуникаций. Барьеры медиакоммуникаций. Медиапланирование

4. Образовательные технологии

<i>№ п/п</i>	<i>Наименование раздела</i>	<i>Виды учебной работы</i>	<i>Образовательные и информационные технологии</i>
<i>1</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>
<i>1</i>	Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям	<i>Лекция 1</i> <i>Семинар 1-3</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Вводная лекция. Лекция –визуализация.</i> <i>Развернутая беседа</i> <i>Консультирование</i>
2.	Интегрированные коммуникации современного медиапространства	<i>Лекция 2</i> <i>Семинар 4-6</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция, сопровождаемая презентацией.</i> <i>Развернутая беседа</i>
3.	Основные технологии комплексного взаимодействия с обществом	<i>Лекция 3</i> <i>Семинар 7-9</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Лекция-визуализация с применением презентации</i> <i>Развернутая беседа</i> <i>Консультирование</i>
4.	Комплекс продвижения идеи \ проекта\медиапродукта как центральный элемент интегрированного коммуникационного процесса	<i>Лекция 4</i> <i>Семинар 10-12</i> <i>Самостоятельная работа</i>	<i>Развернутая беседа</i> <i>Подготовка презентации</i>

5	Инструменты и технологии интегрированных медиакоммуникаций	Лекция 5 Семинар 13-16 Самостоятельная работа	Проблемная лекция Подготовка презентации Консультирование,
---	--	---	--

В период временного приостановления посещения обучающимися помещений и территории РГГУ. для организации учебного процесса с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий могут быть использованы следующие образовательные технологии:

- видео-лекции;
- онлайн-лекции в режиме реального времени;
- электронные учебники, учебные пособия, научные издания в электронном виде и доступ к иным электронным образовательным ресурсам;
- системы для электронного тестирования;
- консультации с использованием телекоммуникационных средств.

5. Оценка планируемых результатов обучения

5.1. Система оценивания

Форма контроля	Срок отчетности	Макс. количество баллов	
		За одну работу	Всего
Текущий контроль:			
-презентация	5-9 недели	30 баллов	30 баллов
- презентация	10-14 недели	30 баллов	30 баллов
Промежуточная аттестация (экзамен)	15-17 неделя		40 баллов
Итого за семестр (дисциплину)			100 баллов

Полученный совокупный результат конвертируется в традиционную шкалу оценок и в шкалу оценок Европейской системы переноса и накопления кредитов (European Credit Transfer System; далее – ECTS) в соответствии с таблицей:

100-балльная шкала	Традиционная шкала		Шкала ECTS
95 – 100	отлично	зачтено	A
83 – 94			B
68 – 82			C
56 – 67	удовлетворительно		D
50 – 55			E
20 – 49	неудовлетворительно	не зачтено	FX
0 – 19			F

5.2. Критерии выставления оценки по дисциплине

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
-------------------------	-------------------------	---

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
100-83/ A,B	«отлично»/ «зачтено (отлично)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил теоретический и практический материал, может продемонстрировать это на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся исчерпывающе и логически стройно излагает учебный материал, умеет увязывать теорию с практикой, справляется с решением задач профессиональной направленности высокого уровня сложности, правильно обосновывает принятые решения.</p> <p>Свободно ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «высокий».</p>
82-68/ C	«хорошо»/ «зачтено (хорошо)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает теоретический и практический материал, грамотно и по существу излагает его на занятиях и в ходе промежуточной аттестации, не допуская существенных неточностей.</p> <p>Обучающийся правильно применяет теоретические положения при решении практических задач профессиональной направленности разного уровня сложности, владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Достаточно хорошо ориентируется в учебной и профессиональной литературе.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной, сформированы на уровне – «хороший».</p>
67-50/ D,E	«удовлетвори- тельно»/ «зачтено (удовлетвори- тельно)»/ «зачтено»	<p>Выставляется обучающемуся, если он знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает отдельные ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает определённые затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, владеет необходимыми для этого базовыми навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует достаточный уровень знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции, закреплённые за дисциплиной,</p>

Баллы/ Шкала ECTS	Оценка по дисциплине	Критерии оценки результатов обучения по дисциплине
		сформированы на уровне – «достаточный».
49-0/ F,FX	«неудовлетворительно»/ не зачтено	<p>Выставляется обучающемуся, если он не знает на базовом уровне теоретический и практический материал, допускает грубые ошибки при его изложении на занятиях и в ходе промежуточной аттестации.</p> <p>Обучающийся испытывает серьёзные затруднения в применении теоретических положений при решении практических задач профессиональной направленности стандартного уровня сложности, не владеет необходимыми для этого навыками и приёмами.</p> <p>Демонстрирует фрагментарные знания учебной литературы по дисциплине.</p> <p>Оценка по дисциплине выставляется обучающемуся с учётом результатов текущей и промежуточной аттестации.</p> <p>Компетенции на уровне «достаточный», закреплённые за дисциплиной, не сформированы.</p>

5.3. Оценочные средства (материалы) для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Оценочные материалы для текущего контроля успеваемости по дисциплине

Презентации (ПК-2.1,2.2)

Студентам необходимо подготовить две презентации по тематике курса. Данные задания студенты выполняют в парах (по желанию) задание может быть выполнено индивидуально. Студенты, используя современные методы поиска информации, анализируют интегрированные медиакоммуникации выбранной организации или медиа.

Критерии оценки презентаций:

26-30 баллов - Продемонстрирован высокий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа полностью соответствует требованиям профессиональной деятельности. Отличная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Высокий уровень креативности, самостоятельности. Соответствие выбранных методов поставленным задачам.

20-25- баллов - Продемонстрирован средний уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа в основном соответствует требованиям профессиональной деятельности. Хорошая способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Средний уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы в целом соответствуют поставленным задачам.

10-19 баллов - Продемонстрирован низкий уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа частично соответствует требованиям профессиональной

деятельности. Удовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Низкий уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы частично соответствуют поставленным задачам.

0-9 баллов- Продemonстрирован неудовлетворительный уровень знаний и умений, необходимых для выполнения задания. Работа не соответствует требованиям профессиональной деятельности. Неудовлетворительная способность применять имеющиеся знания и умения для решения практических задач. Недостаточный уровень креативности, самостоятельности. Выбранные методы не соответствуют поставленным задачам

Оценочные материалы для промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине (экзамен)

Вопросы к экзамену (ПК-2.1,2.2)

1. Специфические черты информационного общества.
2. Социальные интегрированные медиакоммуникации
3. Корпоративные интегрированные медиакоммуникации
4. Технологии формирования медиаимиджа организации.
5. Современные подходы к определению сущности интегрированных медиакоммуникаций.
6. Роль интегрированных медиакоммуникаций в обществе.
7. Сущность комплекса интегрированных медиакоммуникаций.
8. Организация взаимодействия участников интегрированных медиакоммуникаций.
9. Медиапланирование.
10. Основные показатели эффективности интегрированных медиакоммуникаций.
11. Современные коммуникационные стратегии
12. Сущность концепции интегрированных коммуникаций.
13. Методы изучения аудитории
14. Общая характеристика основных методов интегрированных медиакоммуникаций
15. Технологии формирования медиаимиджа организации
16. Возможности и ограничения интегрированных медиакоммуникаций
17. Специфические методы формирования общественного мнения
18. Специфика формирования медиаимиджа общественных организаций
19. Специфика интегрированных медиакоммуникаций медиаорганизаций
20. PR-технологии в интегрированных медиакоммуникациях
21. Маркетинговые технологии интегрированных медиакоммуникаций
22. Журналистские технологии интегрированных медиакоммуникаций

Критерии оценки ответа:

35-40 баллов – оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он глубоко и прочно усвоил программный материал, исчерпывающе, последовательно,

четко и логически стройно его излагает, умеет тесно увязывать теорию с практикой, свободно справляется с задачами, вопросами и другими видами применения знаний, причем не затрудняется с ответом при видоизменении заданий, использует в ответе материал монографической литературы

29-34 баллов - оценка соответствует повышенному уровню и выставляется обучающемуся, если он твердо знает материал, грамотно и по существу излагает его, не допуская существенных неточностей в ответе на вопрос

20-28 баллов - оценка соответствует пороговому уровню и выставляется обучающемуся, если он имеет знания только основного материала, но не усвоил его деталей, допускает неточности, демонстрирует недостаточно правильные формулировки, нарушения логической последовательности в изложении программного материала.

0-20 баллов - оценка выставляется обучающемуся, который не достигает порогового уровня, демонстрирует непонимание проблемы, не знает значительной части программного материала, допускает существенные ошибки.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Список источников и литературы

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (действующая редакция от 18.04.2018). Официальный сайт компании «КонсультантПлюс» [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.consultant.ru/document/cons_doc_LAW_1511/

Литература

Основная

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/414955>

Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М,

2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/953324>

Дополнительная

Чамкин, А. С. Основы коммуникологии (теория коммуникации) : учеб. пособие / А.С. Чамкин. — Москва : ИНФРА-М, 2017.— 350 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). - ISBN 978-5-16-102795-0. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniyum.com/catalog/product/854756>

Музыкант, В. Л. Основы интегрированных коммуникаций: теория и современные практики в 2 ч. Часть 1. Стратегии, эффективный брендинг : учебник и практикум для вузов / В. Л. Музыкант. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 342 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7093-7. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451340>

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. — Москва : Издательство Юрайт, 2020. — 384 с. — (Высшее образование). — ISBN 978-5-9916-7095-1. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/451517>

6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

1. Научный электронный журнал «Медиаскоп» Режим доступа: www.mediascope.ru
2. Информационно-аналитического бюллетень " МедиаТренды" Режим доступа: www.Mediatrends
3. Интернет- версия журнала «Журналист» Режим доступа: <https://jrnlst.ru/4>.
4. Медиапотребление в России в 2017 году. Москва, 2017. Компания «Делойт». Режим доступа:<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/ru/Documents/technology-media-telecommunications/russian/media-consumption-in-Russia-2017-rus.pdf>

Перечень БД и ИСС

№п /п	Наименование
1	Международные реферативные наукометрические БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Web of Science Scopus
2	Профессиональные полнотекстовые БД, доступные в рамках национальной подписки в 2020 г. Журналы Cambridge University Press ProQuest Dissertation & Theses Global SAGE Journals

	Журналы Taylor and Francis
3	Профессиональные полнотекстовые БД JSTOR Издания по общественным и гуманитарным наукам Электронная библиотека Grebennikon.ru
4	Компьютерные справочные правовые системы Консультант Плюс, Гарант

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины (модуля)

Материально-техническое обеспечение дисциплины базируется на ресурсах любого класса, укомплектованного мультимедийным проектором, компьютером и экраном, доской.

Состав программного обеспечения (ПО)

№п /п	Наименование ПО	Производитель	Способ распространения (лицензионное или свободно распространяемое)
1	Adobe Master Collection CS4	Adobe	лицензионное
2	Microsoft Office 2010	Microsoft	лицензионное
3	Windows 7 Pro	Microsoft	лицензионное
4	Microsoft Share Point 2010	Microsoft	лицензионное
5	Microsoft Office 2013	Microsoft	лицензионное
6	Windows 10 Pro	Microsoft	лицензионное
7	Kaspersky Endpoint Security	Kaspersky	лицензионное
8	Microsoft Office 2016	Microsoft	лицензионное
9	Visual Studio 2019	Microsoft	лицензионное
10	Adobe Creative Cloud	Adobe	лицензионное
11	Zoom	Zoom	лицензионное

8. Обеспечение образовательного процесса для лиц с ограниченными возможностями здоровья

В ходе реализации дисциплины используются следующие дополнительные методы обучения, текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся в зависимости от их индивидуальных особенностей:

- для слепых и слабовидящих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением, или могут быть заменены устным ответом;
 - обеспечивается индивидуальное равномерное освещение не менее 300 люкс;
 - для выполнения задания при необходимости предоставляется увеличивающее устройство; возможно также использование собственных увеличивающих устройств;

- письменные задания оформляются увеличенным шрифтом;
- экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

- для глухих и слабослышащих:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, либо предоставляется звукоусиливающая аппаратура индивидуального пользования;
 - письменные задания выполняются на компьютере в письменной форме;
 - экзамен и зачёт проводятся в письменной форме на компьютере; возможно проведение в форме тестирования.

- для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - лекции оформляются в виде электронного документа, доступного с помощью компьютера со специализированным программным обеспечением;
 - письменные задания выполняются на компьютере со специализированным программным обеспечением;
 - экзамен и зачёт проводятся в устной форме или выполняются в письменной форме на компьютере.

При необходимости предусматривается увеличение времени для подготовки ответа.

Процедура проведения промежуточной аттестации для обучающихся устанавливается с учётом их индивидуальных психофизических особенностей. Промежуточная аттестация может проводиться в несколько этапов.

При проведении процедуры оценивания результатов обучения предусматривается использование технических средств, необходимых в связи с индивидуальными особенностями обучающихся. Эти средства могут быть предоставлены университетом, или могут использоваться собственные технические средства.

Проведение процедуры оценивания результатов обучения допускается с использованием дистанционных образовательных технологий.

Обеспечивается доступ к информационным и библиографическим ресурсам в сети Интернет для каждого обучающегося в формах, адаптированных к ограничениям их здоровья и восприятия информации:

- для слепых и слабовидящих:
 - в печатной форме увеличенным шрифтом;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.
- для глухих и слабослышащих:

- в печатной форме;
- в форме электронного документа.
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - в печатной форме;
 - в форме электронного документа;
 - в форме аудиофайла.

Учебные аудитории для всех видов контактной и самостоятельной работы, научная библиотека и иные помещения для обучения оснащены специальным оборудованием и учебными местами с техническими средствами обучения:

- для слепых и слабовидящих:
 - устройством для сканирования и чтения с камерой SARA CE;
 - дисплеем Брайля PAC Mate 20;
 - принтером Брайля EmBraille ViewPlus;
- для глухих и слабослышащих:
 - автоматизированным рабочим местом для людей с нарушением слуха и слабослышащих;
 - акустический усилитель и колонки;
- для обучающихся с нарушениями опорно-двигательного аппарата:
 - передвижными, регулируемые эргономическими партами СИ-1;
 - компьютерной техникой со специальным программным обеспечением.

9. Методические материалы

9.1. Планы семинарских занятий

Тема 1. Введение в предмет. XXI век- век информационного общества, требования к современным коммуникациям (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Признаки информационного общества. Ключевые отличия от предыдущих формаций
2. Новые каналы медиакоммуникации в эпоху информационного общества
3. Интегрированный характер современных коммуникаций
4. Специфика современных коммуникаций

Список литературы:

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). —

ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/414955>

Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/953324>

Тема 2. Интегрированные коммуникации современного медиапространства (6 ч.)

Вопросы для обсуждения:

1. Определение интегрированных коммуникаций организации
2. Интегрированные медиакоммуникации в современном мире
3. Возможности и ограничения медиакоммуникаций организации
4. Специфика интегрированных медиакоммуникаций медийной организации

Список литературы:

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/414955>

Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/953324>

Тема 3. (6 ч.) Основные технологии комплексного взаимодействия с обществом

Вопросы для обсуждения:

1. Технологии медиавзаимодействия организации с обществом

2. Формирование общественного мнения в медиапространстве
3. Формирование медиаимиджа организации
4. Медиаимидж и медиаобраз: сходство и отличие
5. SMM как один из инструментов медиакоммуникаций

Задание: Анализ интегрированных медиакоммуникаций организации или медиа.

Указания по выполнению заданий:

Данное задание студенты выполняют в парах, по желанию задание может быть выполнено индивидуально. Студенты, используя современные методы поиска информации, анализируют интегрированные медиакоммуникации выбранной организации или медиа. При выполнении данного задания студенты проходят полный цикл создания мультимедийного медиапродукта: поиск информации, анализ собранных фактов и информации, анализ медиакоммуникаций, выбор информации для представления подготовка презентации. Презентация готовится в формате Power Point или аналогичной программе. Требования к докладу и презентации представлены в разделе 9.2 данной программы. В презентацию входит информация об организации или медиа, использование инструментов и технологий бренд – журналистики в медийных коммуникациях, показатели эффективности коммуникаций

Список литературы:

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва :Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/414955>

Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/953324>

Тема 4 (6 ч.) Комплекс продвижения идеи \ проекта\медиапродукта как центральный элемент интегрированного коммуникационного процесса

Вопросы для обсуждения

1. Формирование комплекса интегрированных медиакоммуникаций организации
2. Принципы построения комплекса медиакоммуникаций
3. Специфика комплекса интегрированных медиакоммуникаций для организаций разных видов
4. Прямые и косвенные типы медиакоммуникаций
5. Традиционные и новые каналы медиакоммуникаций

Список литературы

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва : Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/414955>

Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znaniy.com/catalog/product/953324>

Тема 5. Инструменты и технологии интегрированных медиакоммуникаций (8 ч.)

1. Типы и виды корпоративных коммуникаций
2. Классификация технологий интегрированных медиакоммуникаций
3. Перспективы развития интегрированных медиакоммуникаций

Задание: Подготовка презентации комплекса продвижения интегрированных коммуникаций медиапродукта

Указания для выполнения работы: студенты выполняют задание индивидуально или парами (по желанию). В процессе выполнения задания происходит формирование комплекса интегрированных медиакоммуникаций для медиапродукта, организации, идеи. Необходимо прописать план медиапланирования и предложения по продвижению медиапродукта в медийной сфере. . На практических занятиях преподаватель консультирует студента по

выполнению работы . Студенты готовят доклад и презентацию. Требования к докладу и презентации представлены в разделе 9.2 данной программы.

Список литературы

Коноваленко, В. А. Основы интегрированных коммуникаций : учебник и практикум для академического бакалавриата / В. А. Коноваленко, М. Ю. Коноваленко, Н. Г. Швед. — Москва : Издательство Юрайт, 2019. — 486 с. — (Бакалавр. Академический курс). — ISBN 978-5-9916-3061-0. — Текст : электронный // ЭБС Юрайт [сайт]. — URL: <https://urait.ru/bcode/425906>

Шарков, Ф. И. Интегрированные коммуникации: правовое регулирование в рекламе, связях с общественностью и журналистике / Шарков Ф.И., - 3-е изд. - Москва :Дашков и К, 2016. - 336 с.: ISBN 978-5-394-00783-5. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/414955>

Кузьмина, О. Г. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Теория и практика рекламы : учеб. пособие / О.Г. Кузьмина, О.Ю. Посухова. — Москва : РИОР : ИНФРА-М, 2018. - 187 с. - (Высшее образование). - DOI: <https://doi.org/10.12737/01756-2>. - ISBN 978-5-16-106427-6. - Текст : электронный. - URL: <https://new.znanium.com/catalog/product/953324>

Образец титульного листа слайда презентации

Российский государственный гуманитарный университет

Институт Массмедиа

Факультет журналистики

Кафедра телевизионных, радио- интернет-технологий

ФАМИЛИЯ ИМЯ ОТЧЕСТВО

**Специфика творческой деятельности
Н.К. Сванидзе**

Научная работа студентки 1-го курса очного отделения

АННОТАЦИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Дисциплина «Интегрированные медиакоммуникации в визуальных медиа» реализуется на факультете журналистики кафедрой телевизионных, радио- и интернет-технологий.

Цель: познакомить студентов с актуальным целостным представлением о современных коммуникациях в медийном и информационном пространстве.

Задачи:

- изучение современных подходов к журналистской деятельности в условиях мультимедийной среды;
- знакомство с междисциплинарным подходом к формированию современных интегрированных коммуникаций, необходимое для эффективной работы журналиста и исследователя;
- изучение методов создания и распространения контента в современной медиасреде;
- формирование системного подхода к использованию современных информационных медиатехнологий в профессиональной деятельности журналиста и в научных исследованиях.

Дисциплина направлена на формирование следующих компетенций:

ПК-2. Способен участвовать в производственном процессе выпуска журналистского текста и (или) продукта с применением современных редакционных технологий.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Знать: основные принципы современных интегрированных коммуникаций; основные подходы современных интегрированных коммуникаций; подходы к пониманию процесса медиакоммуникации; признаки и специфику работы журналиста в медиакоммуникации; технологии взаимодействия с обществом; специфику интегрированных медиакоммуникаций в медиaprостранстве

Уметь: определить задачи коммуникаций; выбрать необходимый инструмент или технологию подготовки и распространения телевизионного и мультимедийного контента в соответствии с поставленной задачей; определить технологии формирования и распространения телевизионного и мультимедийного контента; формировать медиаимидж организации; продвигать идеи\проект\медиапродукт в интегрированном формате; формировать комплекс интегрированных медиакоммуникаций

Владеть: способами формирования телевизионного и мультимедийного контента; навыками подготовки медиапродукта для компании или СМИ; способами распространения телевизионного и мультимедийного контента; основными технологиями комплексного взаимодействия с обществом; технологиями интегрированных медиакоммуникаций; инструментами интегрированных медиакоммуникаций

По дисциплине предусмотрена промежуточная аттестация в форме экзамена

Общая трудоемкость освоения дисциплины составляет 3 зачетных единицы.

