Приложение 5

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, информационных технологий и креативных индустрий
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.6 Креативные технологии в цифровой медиасреде

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Журналистика цифровой среды

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 529).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 5

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 8

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 15

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 17

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 18

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- авторский
- научно-исследовательский
- редакторский

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии	Разрабатывает современные концепции креативных медипроектов для цифровой среды

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ОПК-6 Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	
		2	3
1	Информационные технологии в профессиональной деятельности	+	
2	Профессионально-творческая практика	+	+

3	Работа с алгоритмами виртуальной реальности и искусственного интеллекта в медиасфере	+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Креативные технологии в цифровой медиасреде» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

Дисциплина «Креативные технологии в цифровой медиасреде» изучается в 1 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 3 з.е.

Очная: 3 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**108**
Контактная работа	32
Лекции (Лекции)	32
Самостоятельная работа (СР)	76
Зачет	-

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.		Формы текущего контроля
		Лекции	СР	
		О	О	
1 семестр				
1	Теоретические основы понятия "креативность"	6	12	Собеседование
2	Творческая деятельность в медиасфере. Этапы творческого процесса при создании медиапродукта.	6	14	Собеседование
3	Креативные техники в рекламе	6	16	Собеседование
4	Многообразие творческих технологий в современном медиапространстве.	6	12	Собеседование

5	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	4	12	Контрольная работа
6	Запуск и продвижение медиапроекта.	4	10	Научный доклад

Тема 1. Теоретические основы понятия "креативность" (ОПК-6)

Лекция.

Понятие креативности в медиапланировании. Основные подходы к понятию креативности. Факторы, способствующие креативности. Методики активизации креативных способностей. Мозговой штурм. Ассоциативная карта. Инвертирование идей.

Практическое занятие.

1 Понятие креативности в медиапланировании.
2 Основные подходы к понятию креативности.
3 Факторы, способствующие креативности.
4 Методики активизации креативных способностей.
5 Мозговой штурм.
6 Ассоциативная карта.
7 Инвертирование идей.

Задания для самостоятельной работы.

1 Углубленное изучение материалов темы
2 Творческое и стереотипное мышление человека.

Тема 2. Творческая деятельность в медиасфере. Этапы творческого процесса при создании медиапродукта.
(ОПК-6)

Лекция.

Этапы творческого процесса по Г.Уоллесу. Подготовительный этап: основы работы с информацией. Этап инкубации: "муки творчества» или переключение. Озарение: понятие инсайта; ресурсное состояние. Этап проверки: критический анализ продукта. Роль редактуры в творческом процессе.

Практическое занятие.

1 Параметры творческих способностей.
2 Творческий потенциал и его реализация.
3 Основы психорегуляции и психогигиены.
4 Технологии получения обратной связи.
5 Мозговой штурм.
6 Творческая визуализация.

Задания для самостоятельной работы.

1 Углубленное изучение материалов темы.
2 Экология работы с информацией.

Тема 3. Креативные техники в рекламе (ОПК-6)

Лекция.

Креатив в рекламе. Система отбора слов в рекламный текст. Структура рекламного теста. Слоган. Фоносемантика в рекламе. Рекламный образ. Невербалика персонажей в рекламе. Композиция рекламного изображения. Использование знаков и символов. Игра в рекламе. Сексуальный мотив в рекламе. Серийность в рекламе. Юмор в рекламе. Креатив в рекламных кампаниях.

Практическое занятие.

1 Креатив в рекламе.
2 Система отбора слов в рекламный текст.
3 Структура рекламного теста.
4 Слоган.
5 Фоносемантика в рекламе.
6 Рекламный образ.
7 Невербалика персонажей в рекламе.
8 Композиция рекламного изображения.
9 Использование знаков и символов.
10 Игра в рекламе.
11 Сексуальный мотив в рекламе.
12 Серийность в рекламе.
13 Юмор в рекламе.
14 Креатив в рекламных кампаниях.

Задания для самостоятельной работы.

1 Углубленное изучение материалов темы.
2 Анализ рекламных продуктов с точки зрения их креативности: концептуальной, вербальной, визуальной;
3 Методики тренировки креативности.

Тема 4. Многообразие творческих технологий в современном медиапространстве. (ОПК-6)

Лекция.

ТРИЗ и возможности ее использования в медиасфере. Технологии работы при создании информационного продукта. Инновационные способы представления информации. Арт-технологии. Возможности работы с визуальным рядом. Основы инфографики.

Практическое занятие.

1 Возможные источники финансирования социокультурных проектов и программ.
2 Выбор целевой группы воздействия.
3 Фандрейзинг как поиск средств для реализации проекта.
4 Использование медиатехнологий в работе с инвесторами.
5 Ресурсное обеспечение социальных инициатив: взаимодействие с государственным, коммерческим и некоммерческим секторами.
6 Роль рекламных технологий.
7 Информационная деятельность проектировщика.
8 Взаимодействие с благотворительными фондами.
9 Привлечение добровольцев к реализации проекта.
10 Сущность и основные черты социальной рекламы.
11 Население как потенциальный инвестор: технология обеспечения взаимодействия.
12 Методы сбора средств от населения: ящики-копилки, уличные акции, подготовка мероприятия, рассылка писем и др.
14 Организация рекламной кампании.
15 Технологии создания событий. Работа со СМИ

Задания для самостоятельной работы.

1 Углубленное изучение материалов темы.
2 Особенности информационного продвижения проектов.
3 Организация рекламной кампании.
4 Технологии создания событий.

Тема 5. Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта (ОПК-6)

Лекция.

,Авторский медиапроект: обязательные разделы обоснование темы, техническое задание, проблемно пространство проекта и способы решения поставленной проблемы.

Практическое занятие.

Разработка самостоятельных авторских медиапроектов на основе проанализированных тематических и проблемных направлений современного медиапространства (отечественного и зарубежного).

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы.

Тема 6. Запуск и продвижение медиапроекта. (ОПК-6)

Лекция.

Основные параметры продвижения цифровых продуктов. Каналы продвижения. Медиаплан. SEO и SMM. A/B-тестирование.

Практическое занятие.

Составление медиаплана для продвижения проекта, в том числе с применением SMM- и SEO-инструментария.

Задания для самостоятельной работы.

Углубленное изучение материалов темы.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

1 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки

1.	Теоретические основы понятия "креативность"	Собеседование	10	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10-8 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3-1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

2.	Творческая деятельность в медиасфере. Этапы творческого процесса при создании медиапродукта.	**Собеседование(контрольный срез)**	10	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10-8 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3-1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

3.	Креативные техники в рекламе	Собеседование	10	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10-8 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3-1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.

4.	Многообразие творческих технологий в современном медиапространстве.	Собеседование	10	Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д. Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке: - правильность ответа по содержанию; - полнота и глубина ответа; - сознательность ответа; - логика изложения материала; - рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи; - своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе; - использование дополнительного материала; - рациональность использования времени, отведенного на задание. 10-8 балла – студент умеет сопоставить полученную при подготовке к практическому занятию информацию, сравнивать разные точки зрения на анализируемую проблему, уметь четко формулировать свои вопросы и отвечать на задаваемые ему вопросы, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования 7-4 балла - студент умеет применять полученную при подготовке к практическому занятию информацию, отвечать на большинство вопросов, вести дискуссию с использованием терминологии современной социологии образования. 3-1 балл – студент владеет теоретическим материалом по теме практического занятия, иногда затрудняется при ответе на вопросы, не умеет сформулировать свою точку зрения на обсуждаемую проблему Если студент не владеет проблематикой практического занятия, не может отвечать на вопросы, зачитывает ответ по напечатанному тексту – ответ баллами не оценивается.
5.	Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта	**Контрольная работа(контрольный срез)**	10	10 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную 5 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 4 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно.

6.	Запуск и продвижение медиапроекта.	Научный доклад	40	40-30 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную 29-20 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. 19-14 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. 10 Тема раскрыта частично, поверхностно.
7.	Посещаемость		10	100% посещаемость
8.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - подготовленную презентацию – 15 баллов; - участие с докладом на студенческой конференции по тематике изучаемой дисциплины – 10 баллов
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольных срезов.
10.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по зачету выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
50 - 100 баллов	Зачтено
0 - 49 баллов	Не зачтено

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Контрольная работа

Тема 5. Основные аспекты и особенности процесса разработки современного медиапроекта

Разработка самостоятельных авторских медиапроектов на основе проанализированных тематических и проблемных направлений современного медиапространства (отечественного и зарубежного).

Научный доклад

Тема 6. Запуск и продвижение медиапроекта.

Составление медиаплана для продвижения проекта, в том числе с помощь. SMM- и SEO-инструментария.

Собеседование

Тема 1. Теоретические основы понятия "креативность"

1 Понятие креативности в медиапланировании.

2 Основные подходы к понятию креативности.
3 Факторы, способствующие креативности.
4 Методики активизации креативных способностей.
5 Мозговой штурм.
6 Ассоциативная карта.
7 Инвертирование идей.

Тема 2. Творческая деятельность в медиасфере. Этапы творческого процесса при создании медиапродукта.

1 Параметры творческих способностей.
2 Творческий потенциал и его реализация.
3 Основы психорегуляции и психогигиены.
4 Технологии получения обратной связи.
5 Мозговой штурм.
6 Творческая визуализация.

Тема 3. Креативные техники в рекламе

1 Креатив в рекламе.
2 Система отбора слов в рекламный текст.
3 Структура рекламного теста.
4 Слоган.
5 Фоносемантика в рекламе.
6 Рекламный образ.
7 Невербалика персонажей в рекламе.
8 Композиция рекламного изображения.
9 Использование знаков и символов.
10 Игра в рекламе.
11 Сексуальный мотив в рекламе.
12 Серийность в рекламе.
13 Юмор в рекламе.
14 Креатив в рекламных кампаниях.

Тема 4. Многообразие творческих технологий в современном медиапространстве.

1 Использование медиатехнологий при продвижении проектов.
2 Понятие проектов и роль информационных технологий в их продвижении.
3 Возможные источники финансирования социокультурных проектов и программ.
4 Выбор целевой группы воздействия.
5 Фандрейзинг как поиск средств для реализации проекта.
6 Использование медиатехнологий в работе с инвесторами.
7 Ресурсное обеспечение социальных инициатив: взаимодействие с государственным, коммерческим и некоммерческим секторами.
8 Роль рекламных технологий.
9 Информационная деятельность проектировщика.
10 Взаимодействие с благотворительными фондами.
11 Привлечение добровольцев к реализации проекта.
12 Сущность и основные черты социальной рекламы.
13 Население как потенциальный инвестор: технология обеспечения взаимодействия.
14 Методы сбора средств от населения: ящики-копилки, уличные акции, подготовка мероприятия, рассылка писем и др.

15 Работа со СМИ

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме зачета

Типовые вопросы зачета (ОПК-6)

1 Творческий процесс: этапы и характеристика.
2 Творческий продукт: критерии качества (на примере медиапродукта).
3 Препятствия на пути творческого процесса.
4 Роль конструктивной критики а творческой деятельности
5 Основы работы с информацией в творческом процессе.
6 Этап инкубации: «муки творчества» или переключение.
7 Ресурсное состояние и способы его достижения.
8 Творческий потенциал человека и его реализация.
9 Основы психорегуляции и психогигиены творческого процесса.
10 Креативные технологии работы при создании информационного продукта.
11 Инновационные способы представления информации.
12 Современные цифровые продукты.
13 Разновидность онлайн-медиапроектов и параметры, влияющие на медиапроект.
14 Авторские медиапроекты как часть медиапроектов в интернете.
15 Способы планирования и достижения результата.
16 Оценка успешности медиапроекта.
17 Аналитика поведения пользователей медиапроекта.

Типовые задания для зачета (ОПК-6)

1. Проведение отбора под руководством преподавателя наиболее эффективных и значимых проектов в области медиа, ориентируясь на западный и отечественный медиарынки. Критериями отбора проектов/являются: специфические характеристики, отстраивающие данный проект от подобных; степень успеха проекта; степнь удовлетворения потребностей аудитории; профессионализм команды проекта.
2. Разработка самостоятельных авторских медиапроектов на основе проанализированных тематических и проблемных направлений современного медиапространства (отечественного и зарубежного).
3. Составление медиаплана для продвижения проекта, в том числе с помощь. SMM- и SEO-инструментария.
4. Подготовка программы продвижения медиапроекта. Программа учитыает все особенности продвижения медиапроекта, основывается/на личных нвблюдениях и результатах анализа автора современного медиапроекта.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«зачтено» (50 - 100 баллов)	ОПК-6	Умеет разрабатывать современные концепции креативных медипроектов для цифровой среды
«не зачтено» (0 - 49 баллов)	ОПК-6	Не умеет разрабатывать современные концепции креативных медипроектов для цифровой среды

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;

- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.

- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентаци, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);

- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);

- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);

- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели. ссылки на ресурсы. соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности. соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы:
- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Филонова А. И. Современные тенденции в журналистике : учебное пособие. - Новосибирск: НГТУ, 2025. - 52 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/514588

2. Зверева Е. А., Серова С. А., Иванов А. И. Журналистика в эпоху цифровых трансформаций: ценности и практики: сборник материалов Двенадцатой Международной научно-практической конференции, посвященной 80-летию Победы в Великой Отечественной войне. 27 марта 2025 года. - Тамбов: ТГУ им. Г.Р.Державина, 2025. - 330 с. - Текст : электронный // ЭБС "ЛАНЬ" [сайт]. - URL: https://e.lanbook.com/book/504541

3. Шостак М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для вузов. - 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 192 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/561547

6.2 Дополнительная литература:

1. Ищенко А. А. Продвижение брендов в веб-пространстве на основе интернет-комьюнити : студенческая научная работа. - Ставрополь: б.и., 2020. - 108 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=577884

2. Шпаковский В. О., Егорова Е. С. PR-дизайн и PR-продвижение : учебное пособие. - Москва|Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. - 453 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493884

3. Демешин Л. В. Создание и продвижение интернет-магазина в поисковых системах : монография. - Москва: Лаборатория книги, 2011. - 114 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142460

4. Ермолова Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+ : практическое пособие. - 2-е изд., испр. и доп.. - Москва: Альпина Паблишер, 2016. - 401 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=279818

5. Смирнов Д. Продвижение веб-сайта : практическое пособие. - Москва: Лаборатория книги, 2010. - 66 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=97039

6.3 Иные источники:

1. Электронная гуманитарная библиотека - http://www.gumfak.ru/

2. Сайт Тамбовского государственного университета http://tsutmb.ru - http://tsutmb.ru

3. elibrary.tsutmb.ru - https://elibrary.tsutmb.ru/

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Операционная система Microsoft Windows 10

Операционная система "Альт Образование"

Yandex браузер

Total Commander

Office 2007, 2010

Opera

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: https://apps.webofknowledge.com

2. Springer Open (ресурсы Springer открытого доступа): база данных. – URL: https://www.springeropen.com

3. Scopus: база данных . – URL: https://www.scopus.com

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.