

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«ФИНАНСОВЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ПРИ ПРАВИТЕЛЬСТВЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ»
(Финансовый университет)**

Ярославский филиал Финуниверситета

**Кафедра «Государственное и муниципальное управление и ме-
диакommunikации»**

СОГЛАСОВАНО
Генеральный директор АО
«Городской телеканал»



С.Н. Гончаров

«11» июня 2025 г.

УТВЕРЖДЕНО
Директор Ярославского филиала
Финансового университета при
Правительстве Российской Федерации



В.А. Кваша

«18» июня 2025 г.

Автор: Т.В. Юрьева

КУЛЬТУРА МЕДИАПРОСТРАНСТВА

Рабочая программа дисциплины
для студентов, обучающихся по направлению подготовки
42.03.05 «Медиакоммуникации»,
профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»
(очно-заочная форма обучения)

*Рекомендовано Ученым советом Ярославского филиала Финуниверситета
(протокол № 26 от 17.06.2025)*

*Одобрено кафедрой «Государственное и муниципальное управление и медиа-
коммуникации»
(протокол № 11 от 10.06.2025)*

Ярославль 2025

СОДЕРЖАНИЕ

1. Наименование дисциплины.....	3
2. Перечень планируемых результатов освоения образовательной программы (перечень компетенций) с указанием индикаторов их достижения и планируемых результатов обучения по дисциплине	3
3. Место дисциплины в структуре образовательной программы.....	3
4. Объем дисциплины (модуля) в зачетных единицах и в академических часах с выделением объема аудиторной (лекции, семинары) и самостоятельной работы обучающихся (в семестре, в сессию)	3
5. Содержание дисциплины, структурированное по темам (разделам) дисциплины с указанием их объемов (в академических часах) и видов учебных занятий	4
5.1. Содержание дисциплины	4
5.2. Учебно-тематический план	5
5.3. Содержание семинаров, практических занятий	5
6. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине.....	7
6.1. Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение дисциплины, формы внеаудиторной самостоятельной работы.....	7
6.2. Перечень вопросов, заданий, тем для подготовки к текущему контролю	8
7. Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине	10
7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достижения в процессе освоения образовательной программы.....	10
7.2. Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки индикаторов достижения компетенций, умений и знаний	11
7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.....	15
8. Перечень основной и дополнительной учебной литературы, необходимой для освоения дисциплины	15
9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины.....	16
10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины	17
11. Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по дисциплине, включая перечень необходимого программного обеспечения и информационных справочных систем	17
12. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине.....	18

1. Наименование дисциплины

Дисциплина Б.1.2.2.2.1.1. «Культура медиапространства».

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

Дисциплина «Культура медиапространства» обеспечивает формирование следующих компетенций.

Таблица 1 – Структура планируемых результатов обучения по дисциплине

Код компетенции	Наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Результаты обучения (умения и знания), соотнесённые с компетенция-ми/индикаторами достижения компетенции
ОПК-2	Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их стороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития	<i>Знает:</i> структуру, основные социальные и политические институты и процессы, характеризующие современное общество <i>Умеет:</i> анализировать социально-политические процессы и ситуации
		2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании медиатекстов и/или коммуникационных продуктов.	<i>Знает:</i> исторические закономерности развития общества и государства <i>Умеет:</i> организовывать профессиональную деятельность с учетом специфики социально-политического контекста

3. Место дисциплины в структуре образовательной программы

Дисциплина «Культура медиапространства» является дисциплиной модуля «Кросс-культурные коммуникации» цикла профиля (элективный) части, формируемой участниками образовательных отношений, образовательной программы по направлению 42.03.05 Медиакоммуникации, профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии», очно-заочная форма обучения.

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

Таблица 2 – Объем дисциплины в зачетных единицах и академических часах

Вид учебной работы по дисциплине	Всего (в з/е и часах)	Семестр (модуль) 9 в (часах)
Общая трудоёмкость дисциплины	2 з.е./72 ч.	72
Контактная работа – Аудиторные занятия	12	12
<i>Лекции</i>	<i>4</i>	<i>4</i>

<i>Семинары, практические занятия</i>	8	8
<i>Самостоятельная работа</i>	60	60
Вид текущего контроля		Эссе
Вид промежуточной аттестации	Зачет	Зачет

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

5.1. Содержание дисциплины

Тема 1. Интернет-культура как пространство коммуникации

Цели и задачи курса. Современные подходы к определению и изучению понятия «интернет-культура». Основные характеристики современной интернет-культуры: динамичность, интерактивность, вариативность, неоднородность, глобальность, активное взаимодействие с вне-системой. Проблемы современного интернет-пространства: особое соотношение множественности и единственности, проблема безграничных возможностей и долгосрочности хранения информации, перенасыщенность информацией, качество информации. Прогнозы развития интернет-культуры.

Тема 2. Человек в интернет-пространстве

Стратегии и психологические аспекты взаимодействия в интернет-пространстве. Виртуальная реальность и клиповое мышление. Проблемы социализации и инкультурации в интернет-среде. Интернет-культура как часть современного образа жизни: поисковые системы, мобильные приложения, социальные сети. Защита частной информации и безопасность в интернет-пространстве.

Тема 3. Интернет-ресурс в системе современной культуры

Типы интернет-ресурсов: информационный ресурс, представительский сайт, веб-сервис. Язык интернет-культуры. Семиотика интернет-пространства. Специфика позиционирования и презентации информации в интернет-пространстве. Принципы формирования медиа-контента. Коммуникационные аспекты функционирования интернет-сайтов. Анализ эффективности интернет-ресурса.

Тема 4. Культура социальных медиа

Понятие, функции и особенности социальных медиа. Социальные сети (LinkedIn, MySpace, Facebook). Специализированные и профессиональные социальные сети. Блоги и микроблоги (Instagram). Геолокационные сервисы (Forsquare). Шеринговые сервисы (Youtube). Социальные библиотеки и медиохранилища. Социальные медиа в сфере услуг (Avito, Booking.com). Социальная сеть как платформа для продвижения товаров и услуг. Специфика и культура коммуникации в социальной сети.

Тема 5. Продвижение интернет-проектов в коммерческой и социокультурной сфере

Актуальные направления создания и развития интернет-проектов. Интернет-проект как платформа коммуникации в коммерческой, социокультурной и образовательной сфере, индустрии досуга, художественном творчестве

(«Net-art»). Интернет-журнал. Продвижение интернет-проектов. Поисковая оптимизация, SEO. Социокультурная специфика и факторы эффективности рекламы и PR в интернет-среде. Традиционная (медийная) интернет-реклама, контекстная реклама, вирусный маркетинг в Интернете.

Тема 6. Технологии деловых коммуникаций в интернет-пространстве

Этика интернет-общения. Специфика и традиции делового общения в интернете. Изучение целевой аудитории интернет-ресурса. Социокультурные стратегии коммуникации и позиционирования в интернет-пространстве. Взаимодействие интернет-ресурсов и СМИ. Принципы построения диалога в интернете и культура онлайн-взаимодействия с потребителем.

5.2. Учебно-тематический план

Таблица 3 – Содержание учебно-тематического плана изучения дисциплины

№ п/п	Наименование тем (разделов) дисциплины	Трудоемкость в часах						Формы текущего контроля успевае- мости
		Все го	Аудиторная работа				Само- стоя- тельная работа	
			Об- щая	Лек- ции	Семинары и практи- ческие за- нятия	Занятия в интерактив- ных формах		
1	Тема 1 Интернет- культура как про- странство коммуни- кации	12	2	1	1	1	10	Опрос
2	Тема 2. Человек в ин- тернет-пространстве.	11	1	-	1	1	10	Опрос, выполне- ние зада- ний
3	Тема 3. Интернет- ресурс в системе со- временной культуры.	12	2	1	1	1	10	Опрос, выполне- ние зада- ний
4	Тема 4. Культура со- циальных медиа	12	2	1	1	1	10	Опрос, выполне- ние зада- ний
5	Тема 5. Продвижение интернет-проектов в коммерческой и со- циокультурной сфере.	12	2	-	2	1	10	Опрос, выполне- ние зада- ний
6	Тема 6. Технологии деловых коммуника- ций в интернет- пространстве.	13	3	1	2	1	10	Опрос, выполне- ние зада- ний
	В целом по дисци- плине	72	12	4	8	6	60	
	Итого в %		100			50		

5.3. Содержание семинаров, практических занятий

Таблица 4 – Темы дисциплины, формы проведения и содержание семи-

наров и практических занятий

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов для обсуждения на семинарских, практических занятиях, рекомендуемые источники из разделов 8,9 (указывается раздел и порядковый номер источника)	Формы проведения занятий
Тема 1 Интернет-культура как пространство коммуникации	Вопросы к практическому занятию 1. Охарактеризуйте современные подходы к понятиям «культура», «интернет-культура»? 2. В чем проявляются основные характеристики современной интернет-культуры? Приведите примеры 3. В чем заключаются проблемы современного интернет-пространства? 4. Каковы прогнозы развития интернет-культуры? <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 2. Человек в интернет-пространстве.	Вопросы к практическому занятию 1. В чем проявляются психологические аспекты взаимодействия субъектов в интернет-пространстве? 2. Приведите примеры реализации в интернет-пространстве виртуальной реальности и клипового мышления. 3. Какова роль виртуальных сообщество как особого социального явления? 4. Основные направления изучения виртуальных сообществ. 5. Интернет-культура как часть современного образа жизни 6. Защита частной информации и безопасность <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 3. Интернет-ресурс в системе современной культуры.	Вопросы к практическому занятию 1. Какова роль интернет ресурса в современной культуре? 2. Какие типы интернет-ресурсов вам известны, дайте их характеристику? 3. В чем особенности языка интернет-сообщества? 4. Особенности семиотики интернет-пространства. 5. В чем заключаются особенности формирования интернет-контента? 6. Коммуникационные аспекты функционирования интернет-сайтов <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 4. Культура социальных медиа	Вопросы к практическому занятию 1. Что включает понятие «виртуальная реальность»? 2. Виртуальная реальность как психическая внутренняя реальность. 3. Виртуальная реальность как определенная внешняя реальность. 3. Какие виды сервисов вам известны? 4. Социальная сеть как платформа для продвижения товаров и услуг 5. Специфика и культура коммуникации в социальной сети. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий
Тема 5. Продвижение интернет-проектов в ком-	Вопросы к практическому занятию 1. Актуальные направления интернет-проектов. 2. Интернет-проекты – новый коммерческий ресурс.	Опрос, выполнение заданий

мерческой и социокультурной сфере.	3. Интернет-журнал. 4. Особенности продвижения интернет-проектов 5. Факторы эффективности рекламы и PR в интернет-среде. 6. Особенности интернет-рекламы. 7. Контекстная реклама. 8. Вирусный маркетинг. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	
Тема 6. Технологии деловых коммуникаций в интернет-пространстве.	Вопросы к практическому занятию 1. Проблемы технологии деловых коммуникаций. 2. Этика интернет-общения. 3. Изучение целевой аудитории интернет-ресурса 4. Взаимодействие интернет-ресурсов и СМИ. 5. Принципы построения диалога в интернете и культура онлайн-взаимодействия с потребителем. <i>Рекомендуемые источники: раздел 8: 1, -6; раздел 9: 1-8.</i>	Опрос, выполнение заданий

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

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

К внеаудиторным формам самостоятельной работы студентов относятся:

- подготовка к семинарскому занятию;
- подготовка к выполнению и проверке заданий;
- подготовка эссе;
- подготовка к зачету.

На семинарских занятиях все студенты должны принимать активное участие в обсуждении изучаемых вопросов и уметь демонстрировать знание практического материала. При выступлении, студентам необходимо аргументировано излагать свою позицию, подкреплять ее конкретными данными, уметь обобщать, аргументировать и систематизировать статистические данные.

На семинарских занятиях преподаватель проверяет выполнение самостоятельных заданий и качество усвоения знаний.

Таблица 5 – Темы дисциплины, изучаемые вопросы и формы внеаудиторной самостоятельной работы

Наименование тем (разделов) дисциплины	Перечень вопросов, отводимых на самостоятельное освоение	Формы внеаудиторной самостоятельной работы
Тема 1 Интернет-культура как пространство коммуникации	Характеристики современной интернет-культуры.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 2. Человек в интернет-пространстве.	Интернет-аудитория: социальные, возрастные группы, тематические сообщества. Социальные институты, их структура и функции.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.

	Интернет как новая коммуникационная система	
Тема 3. Интернет-ресурс в системе современной культуры.	Интернет-ресурс как инструмент формирования имиджа организации. Анализ интерфейса представительского сайта	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 4. Культура социальных медиа	Анализ функционала и аудитории современных социальных сетей. Стратегии развития сообщества в соцсети. Современная блогосфера.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 5. Продвижение интернет-проектов в коммерческой и социокультурной сфере.	Анализ интернет-проекта. Оценка эффективности интернет-рекламы.	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.
Тема 6. Технологии деловых коммуникаций в интернет-пространстве.	Стратегии позиционирования интернет-контента для целевой аудитории. Этические проблемы интернет-культуры	Изучение учебной литературы. Подготовка к опросу. Подготовка к интерактивным занятиям.

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

Примерная тематика эссе

1. Средства массовой коммуникации в развитии интернет-культуры.
2. Новые информационные технологии распространения массовой культуры.
3. Культура как объект мультимедиа.
4. Барьеры электронной коммуникации
5. Электронные версии информационных изданий
6. Текст на корпоративном сайте.
7. Этические проблемы интернет-культуры.
8. Коммуникативные проблемы интернет-культуры.

Примерные вопросы для научных дискуссий, докладов и презентаций

1. Мобильные приложения – часть повседневной жизни
2. Перспективы корпоративных медиа в контексте теории смерти газет
3. Культурная жизнь медийного сообщества
4. Интернет-ресурс как инструмент формирования имиджа организации
5. Этические проблемы интернет-культуры.

Оценка знаний студентов осуществляется в баллах с учетом оценки работы в семестре (написание эссе, аудиторных самостоятельных работ и домашних заданий, решение задач и участие в обсуждениях на практических занятиях и др.), оценки итоговых знаний (по результатам зачета) и в

соответствии с критериями Финансового университета реализуется следующим образом:

№п/п	Вид отчетности	Баллы
1.	Работа в семестре	40
2.	Зачет	60
	Итого:	100

Таблица 6 - Формы текущего контроля успеваемости и их балльная оценка

Критерий оценки	Баллы	Методика оценки
Посещение аудиторных занятий	7	Математический расчет $Оц = 7 : Кз \times Пз$ Где Оц – сумма баллов; Кз – количество аудиторных занятий по дисциплине; Пз – количество занятий, посещаемых студентом
Активность при проведении аудиторных занятий	13	Доклад, презентация – 10 баллов Информационное сообщение – 5 баллов Участие в обсуждении – 3 балла Краткое выступление – 1 балл Решение расчетных задач – 1 балл
Активность при проведении внеаудиторной работы	10	Подготовка материалов и выступление на студенческих научных конференциях, в печатных изданиях, в том числе и Университета - 10 баллов
Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя	10	Написание эссе – 10 баллов

С целью стимулирования систематической подготовки студентов к практическим и семинарским занятиям по дисциплине в течение семестра вводится комплексный подход к оценке, получаемой студентами по итогам изучения дисциплины. На основании положения о системе оценки знаний студентов в Финансовом университете действует 100-балльная система оценки знаний. Это означает, что оценка, получаемая по итогам письменной экзаменационной работы, состоит из двух частей: текущего контроля студентов в семестре — максимальная оценка 40 баллов и результатов промежуточной аттестации — максимальная оценка 60 баллов.

Текущий контроль осуществляется в ходе учебного процесса и консультирования студентов, по результатам выполнения самостоятельных работ. Основными формами текущего контроля знаний являются:

- решение задач, тестов и их обсуждение с точки зрения умения формулировать выводы, вносить рекомендации и принимать адекватные управленческие решения;
- выполнение контрольных заданий и обсуждение результатов;
- обсуждения законодательных, правовых и нормативных актов.

Вторая составляющая оценивает устный ответ на зачете и не может превышать 60 баллов.

40 баллов, полученные студентом в течение семестра, должны означать самую высокую характеристику его работы. Такой балл получают студенты, которые на практических занятиях систематически показывают высокие результаты при опросах, проявляют активность при обсуждении изучаемых проблем, в полном объеме выполняют учебную программу, не имеют пропусков.

Максимальная оценка ответа на зачете оценивается в 60 баллов. Каждый вопрос в билете имеет свою долю в общей оценке в зависимости от сложности. Например, за первый теоретический вопрос максимально оценивается 15 баллов, два следующих теоретических вопроса оцениваются по 10 баллов, задача — максимально 15 баллов и пять тестов — по 2 балла каждый правильно решенный тест.

Балльная система аттестации:

- студент, получивший от 50 до 100 баллов, считается аттестованным, получивший от 0 до 49 баллов - не аттестованным;
- студент, получивший от 50 до 69 баллов, считается аттестованным на «удовлетворительно»;
- студент, получивший от 70 до 85 баллов, считается аттестованным на «хорошо»;
- студент, получивший от 86 до 100 баллов, считается аттестованным на «отлично».

Таким образом, если студент по итогам работы в семестре набирает 21 балл, а по итогам письменной работы — 60 баллов, то общая сумма 81 балл соответствует окончательной оценке 4 «хорошо».

Если студент подошел к экзамену с оценкой 0 баллов, то при безупречном качестве письменной экзаменационной работы он может получить итоговую оценку по данной дисциплине только 60 баллов, что соответствует оценке «удовлетворительно».

О данном подходе к оценке знаний студентов преподаватель информирует студентов на первом семинарском (практическом) занятии. На последнем семинарском занятии студентам сообщается оценка, которую они получают по итогам работы в семестре.

Студенты могут улучшить свою оценку по итогам работы в семестре за счет отработки пропущенных занятий или полученных неудовлетворительных оценок на семинарах. Вместе с тем, все отработки могут быть осуществлены в консультационные дни в период не более двух консультаций с момента получения оценки «неудовлетворительно» или пропуска занятий. Только в случае болезни студент может отрабатывать пропуски в более поздние сроки.

Отработка пропусков, имевших место по причине работы студентов во время занятий, не допускается.

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

7.1 Перечень компетенций с указанием индикаторов их достиже-

ния в процессе освоения образовательной программы

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

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

Примерный перечень вопросов для подготовки к сдаче зачета

1. Современные подходы к определению и изучению понятия «интернет-культура»
2. Основные характеристики современной интернет-культуры.
3. Проблемы современного интернет-пространства.
4. Проблемы социализации и инкультурации в интернет-среде.
5. Защита частной информации и безопасность в интернет-пространстве.
6. Типы интернет-ресурсов
7. Семиотика интернет-пространства.
8. Специфика позиционирования и презентации информации в интернет-пространстве.
9. Понятие, функции и особенности социальных медиа.
10. Специализированные и профессиональные социальные сети.
11. Интернет-проект как социокультурный феномен
12. Интернет-проект как платформа коммуникации в коммерческой сфере.
13. Образовательные интернет-проекты.
14. Социальные интернет-проекты.
15. Молодежные проекты в сети интернет.
16. Инверсия традиционных жанров в сети интернет.
17. Социокультурная специфика и факторы эффективности рекламы и PR в интернет-среде.
18. Этика интернет-общения.
19. Медийная интернет-реклама.
20. Контекстная интернет-реклама.
21. Вирусный маркетинг в интернет-среде.
22. Изучение целевой аудитории медийного ресурса.
23. Позиционирование в интернет пространстве.
24. Взаимодействие с потребителем в интернет-среде.
25. Культура социальных медиа.
26. Продвижение интернет-проектов в коммерческой сфере.
27. Продвижение интернет-проектов в социальной сфере.
28. Продвижение интернет-проектов в политической сфере.

Примеры заданий

Задание 1.

Используя материал сайта <http://www.mediascope.ru>, подготовьте обзор содержания текущего номера электронного журнала.

Задание 2.

Используя материалы сайта <http://adindex.ru/publication/interviews/949>, подготовьте обзор информационных ресурсов, которые предоставляются организацией. Насколько подача информации учитывает особенности целевой аудитории. Как это отражается в медиаконтенте.

Задание 3.

Используя материалы сайта <https://newrusmedia.livejournal.com/>, проанализируйте понравившееся вам интервью со специалистами или экспертами в области медиа.

Задание 4.

Подготовьте презентацию на тему «Современные соцсети: функционал и целевая аудитория», при подготовке соблюдайте требования к оформлению презентации.

ТРЕБОВАНИЯ К ОФОРМЛЕНИЮ МУЛЬТИМЕДИЙНЫХ ПРЕЗЕНТАЦИЙ

Оформление слайдов

Стиль	1. Соблюдайте единый стиль оформления. 2. Избегайте стилей, которые будут отвлекать от самой презентации. 3. Вспомогательная информация (управляющие кнопки) не должны преобладать над основной информацией (текст, рисунок). 4. Первый слайд презентации должен содержать тему, ФИО исполнителя, группу.
Фон	1. Для фона выбирайте более холодные тона.
Использование цвета	1. На одном слайде рекомендуется использовать не более трех цветов: один для фона, один для заголовков, один для текста. 2. Для фона и текста слайда выбирайте контрастные цвета.
Анимационные эффекты	1. Используйте возможности компьютерной анимации для представления информации на слайде. 2. Не злоупотребляйте различными анимационными эффектами, они не должны отвлекать внимание от содержания на слайде.

Представление информации

Содержание информации	1. Используйте короткие слова и предложения. 2. Минимизируйте количество предлогов, наречий, прилагательных. 3. Используйте заголовки, привлекающие внимание аудитории.
Расположение информации на странице	1. Предпочтительно горизонтальное расположение информации. 2. Наиболее важная информация должна располагаться в центре экрана. 3. Если на слайде картинка, надпись должна располагаться под ней.
Шрифты	1. Для заголовков – не менее 24. 2. Для информации – не менее 18. 3. Шрифты без засечек легче читать с большого расстояния. 4. Не смешивайте различные типы шрифтов в одной презентации. 5. Для выделения информации используйте жирный шрифт, курсив и подчеркивание.
Способы выделения информации	1. Рамки, границы, заливки. 2. Разные цвета шрифтов, штриховку, заливку. 3. Рисунки, диаграммы, схемы для иллюстрации наиболее важных фактов.
Объем информации	1. Не стоит заполнять один слайд слишком большим объемом информации: люди могут запомнить не более трех фактов, выводов, определений. 2. Наибольшая эффективность достигается тогда, когда ключевые пункты отображаются по одному на каждом слайде.
Виды слайдов	Для обеспечения разнообразия следует использовать различные виды слайдов: 1) с текстом; 2) с таблицами; 3) с диаграммами.

Задание 5.

В форме эссе дайте раскройте вопрос: «Интернет-ресурс в системе современной культуры».

1. Во вводной части эссе в форме тезиса сформулируйте свою точку зрения относительно того, какой из коммуникативных законов показался Вам наиболее интересным.

2. Приведите 2-3 аргумента, подтверждающие Ваше мнение. В качестве аргументов могут выступать примеры из научной, публицистической,

художественной литературы, жизненного опыта.

3. В заключительной части эссе сделайте вывод о значении соблюдения коммуникативных законов и принципов бесконфликтного общения будущему специалисту в сфере медиакоммуникаций (журналистики, рекламы, PR).

4. Обязательно используйте формальные средства связности и логичности в тексте: абзацное членение, соответствующее микротемам, вводные конструкции, указывающие на направления движения мысли («начнем с», «перейдем к», «во-первых», «во-вторых», «таким образом», «итак» и т.п.)

5. Будьте внимательны при выборе аргументов: каждый из них должен четко отвечать на вопрос «Почему тезис правильный?».

6. Помните, что аргументы должны приводиться в системе. Продумайте, какие способы аргументации Вы будете использовать.

Пример билета на зачет

**Федеральное государственное образовательное бюджетное учреждение
высшего образования
«Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации»
(Ярославский филиал Финуниверситета)**

Кафедра «Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дисциплина «Культура медиапространства»

Филиал Ярославский

Форма обучения Заочная

Семестр 9 Направление 42.03.05 «Медиакоммуникации»

Профиль «Медиакоммуникации и медиатехнологии»

БИЛЕТ № 1

№ п/п	Вопросы билета	Максимальный балл
1	Современные подходы к определению и изучению понятия «интернет-культура»	15
2	Интернет-проект как платформа коммуникации в коммерческой сфере.	15
3	Проанализируйте несколько интернет-источников, охарактеризуйте язык современного Рунета. Какими отличительными особенностями он обладает?	30

Подготовил

Юрьева Т.В.

Утверждаю:

Заведующий кафедрой

Проскурнова К.Ю.

«Государственное и муниципальное управление и медиакоммуникации»

Дата _____ 20__ г.

Таблица 7 – Примеры оценочных средств для проверки сформированности компетенции

Компетенция	Типовые задания
ОПК-2 Способен учитывать тенденции развития общественных и государственных институтов для их разностороннего освещения в создаваемых медиатекстах и (или) медиапродуктах, и (или) коммуникационных продуктах	1. Знает систему общественных и государственных институтов, механизмы их функционирования и тенденции развития Задание 1. В чем заключаются основные типы интернет-коммуникации в решении социальных задач Задание 2. Дайте характеристику современной медиасреды с учетом социокультурного пространства современного общества 2. Способен учитывать основные тенденции развития общественных и государственных институтов при создании медиатекстов и/или коммуникационных продуктов. Задание 1. Подготовьте выступление на тему «Фактор культуры в массмедиаальных исследованиях» Задание 2 Выберите одну из социальных проблем предложите проект информационной интернет-кампании: укажите его цели, характеристику продвигаемого предложения, тип кампании, основные этапы и инструменты. Подготовьте текст для размещения в интернете

7.3. Соответствующие приказы, распоряжения ректората о контроле уровня освоения дисциплин и сформированности компетенций студентов.

Приказ от 01 октября 2024 года №2187/о «Об утверждении Положения о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации студентов, обучающихся по образовательным программам высшего образования в Финансовом университете», размещенный по ссылке: https://www.fa.ru/upload/iblock/845/yqw4vi0gi21glvu9775bfm4rz6p19b0z/Prikaz-2187_o-ot-01.10.2024.pdf

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

Нормативные правовые акты

1. Конституция Российской Федерации (принята всенародным голосованием 12.12.1993 с изменениями, одобренными в ходе общероссийского голосования 01.07.2020).
2. Закон РФ от 27.12.1991 N 2124-1 «О средствах массовой информации» (последняя редакция).
3. Федеральный закон «О противодействии экстремистской деятельности» от 25.07.2002 N 114-ФЗ (последняя редакция).
4. Федеральный закон «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (последняя редакция).
5. Указ Президента РФ от 10.06.1994 N 1183 «О защите

потребителей от недобросовестной рекламы».

6. Закон РФ от 07.02.1992 N 2300-1 «О защите прав потребителей» (последняя редакция).

7. Приказ МАП РФ от 13.11.1995 N 147 «Об утверждении Порядка рассмотрения дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе» (Зарегистрировано в Минюсте РФ 28.11.1995 N 985).

8. Международный кодекс рекламной практики – Париж: SOVERO (Международная торговая палата), 1987 г.

9. Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях от 30.12.2001 N 195-ФЗ (последняя редакция).

а) основная литература

1. Касьянов, В.В. Социология Интернета : учебник для вузов / В.В. Касьянов, В.Н. Нечипуренко. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 424 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/453914> (дата обращения: 19.02.2021).

2. Интернет-коммуникация как новая речевая формация : колл. монография / под науч. ред. Т.Н. Колокольцевой, О.В. Лутовиновой. — 3-е изд., стер. — Москва: ФЛИНТА, 2016. — 328 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1034255>

3. Жильцова О.Н. Поведение потребителей / Учебное пособие. – Вузовский учебник, 2020, 320 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://https://znanium.com/catalog/search/book?title>

б) дополнительная литература

3. Гулевич, О.А. Психология массовой коммуникации: от газет до интернета : учебник для вузов / О.А. Гулевич. — Москва: Издательство Юрайт, 2020. — 264 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <http://biblio-online.ru/bcode/457242>

5. Бакулев, Г.П. Массовая коммуникация: западные теории и концепции : учеб. пособие для студентов вузов / Г.П. Бакулев. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва: Аспект Пресс, 2016. — 192 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1038937>

6. Володенков, С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. — Москва: Издательство Московского университета; Проспект, 2015. — 272 с. [Электронный ресурс]. — Режим доступа: <https://znanium.com/catalog/product/1022912>

9. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины

1. Электронная библиотека Финансового университета (ЭБ) <http://elib.fa.ru/>
2. Электронно-библиотечная система BOOK.RU <http://www.book.ru>

3. Электронно-библиотечная система «Университетская библиотека ОН-ЛАЙН» <http://biblioclub.ru/>
4. Электронно-библиотечная система Znanium <http://www.znaniy.com>
5. Электронно-библиотечная система издательства «ЮРАЙТ»
<https://www.biblio-online.ru/>
6. Научная электронная библиотека eLibrary.ru <http://elibrary.ru>
7. Национальная электронная библиотека <http://нэб.рф/>
8. Электронная библиотека диссертаций Российской государственной библиотеки <https://dvs.rsl.ru/>

10. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Наименование методических материалов для обучающихся	Год утверждения	Местонахождение материала (ссылка на сайт филиала)
Юрева Т.В. Методические рекомендации по выполнению эссе по дисциплине «Культура медиапространства» для студентов, обучающихся по направлению подготовки 42.03.05 «Медиакоммуникации»	2024	https://cloud.mail.ru/public/CnoV/cYBRvyAH_R
Приказ Финуниверситета от 14.05.2021 г. № 1040/о «Об утверждении методических рекомендаций по планированию и организации внеаудиторной самостоятельной работы студентов по образовательным программам бакалавриата и магистратуры Финансового университета»		https://www.fa.ru/upload/iblock/dc2/a5qpi6qb0k0l6jz0lc4g9y1cv5x35ey3/Prikaz_-1040_ot-11.05.2021.PDF

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

11.1. Комплект лицензионного программного обеспечения:

1. Компьютерные программы общего назначения Windows, Microsoft Office.
2. Антивирусная программа.

11.2. Современные профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

Таблица 8 – Используемые профессиональные базы данных и информационные справочные системы.

№п/п	Название рекомендуемых технических и компьютерных средств обучения	Наименование разделов и тем
1	Справочная правовая система Консультант Плюс».	Темы 2-6

11.3. Сертифицированные программные и аппаратные средства защиты информации: не предусмотрены.

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

Материально-техническая база, которой располагает Ярославский филиал Финуниверситета: аудиторный фонд, компьютерные классы и др.

Лекционные и практические занятия проводятся в мультимедийных аудиториях филиала, а также в оборудованных компьютерами и мультимедийным оборудованием классах.

Профессорско-педагогический состав знакомится с психолого-физиологическими особенностями обучающихся инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья. При необходимости осуществляется дополнительная поддержка преподавания тьюторами, психологами, социальными работниками, прошедшими подготовку ассистентами.

В соответствии с методическими рекомендациями Минобрнауки России (утверждены 08.04.2014 № АК-44/05вн) в курсе предполагается использовать социально-активные и рефлексивные методы обучения, технологии социокультурной реабилитации с целью оказания помощи в установлении полноценных межличностных отношений с другими студентами, создании комфортного психологического климата в студенческой группе. Подбор и разработка учебных материалов производятся с учетом предоставления материала в различных формах: аудиальной, визуальной, с использованием специальных технических средств и информационных систем.

Освоение дисциплины лицами с ОВЗ осуществляется с использованием средств обучения общего и специального назначения (персонального и коллективного использования). Материально-техническое обеспечение предусматривает приспособление аудиторий к нуждам лиц с ОВЗ.

Форма проведения аттестации для студентов-инвалидов устанавливается с учетом индивидуальных психофизических особенностей. Для студентов с ОВЗ предусматривается доступная форма предоставления заданий оценочных средств, а именно:

- в печатной или электронной форме (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- в печатной форме или электронной форме с увеличенным шрифтом и контрастностью (для лиц с нарушениями слуха, речи, зрения);
- методом чтения ассистентом задания вслух (для лиц с нарушениями зрения).

Студентам с инвалидностью увеличивается время на подготовку ответов на контрольные вопросы. Для таких студентов предусматривается доступная форма предоставления ответов на задания, а именно:

- письменно на бумаге или набором ответов на компьютере (для лиц с нарушениями слуха, речи);

- выбором ответа из возможных вариантов с использованием услуг ассистента (для лиц с нарушениями опорно-двигательного аппарата);
- устно (для лиц с нарушениями зрения, опорно-двигательного аппарата).

При необходимости для обучающихся с инвалидностью процедура оценивания результатов обучения может проводиться в несколько этапов.