

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Филологический факультет

УТВЕРЖДАЮ:

Декан филологического факультета

  
И.В. Тубалова

« 30 » 08 2024 г.

Рабочая программа дисциплины

**Форматы текстового контента**

по направлению подготовки

**42.04.03 Издательское дело**

Направленность (профиль) подготовки:  
**Управление контентом и медиапроектами**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Контент-продюсер – медиаменеджер**

Год приема

**2024**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОПОП

 И.А. Айзикова

Председатель УМК

 Ю.А. Тихомирова

Томск – 2024

## 1. Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

- ОПК-1 – Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты.
- ОПК-2 – Способен отбирать и внедрять в процесс медиапроизводства современные технические средства и информационно коммуникационные технологии.
- ПК-1 – Способен создавать информационно-воздействующие медиатексты и (или) медиапродукты разных видов, жанров, стилей, форматов

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

РОПК-1.2 – Умеет: применять традиционные и инновационные подходы к анализу потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты;

РОПК-2.1 – Знает критерии отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности;

РОПК-2.2 – Умеет внедрять в медиапроизводство современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии;

РПК-1.1 – Знает задачи, особенности, методы, техники создания информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов;

РПК-1.2. – Умеет собирать и анализировать информацию для создания информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов; использовать навыки письма на русском литературном языке для создания вербальных информационно-воздействующих медиатекстов и (или) медиапродуктов разных видов, жанров, стилей, форматов; создавать иные (кроме вербальных) информационно-воздействующие медиатексты и (или) медиапродукты разных видов, жанров, стилей, форматов.

## 2. Задачи освоения дисциплины

### **Знать:**

– Основные свойства и принципы создания текстового контента, особенности и различия его форматов.

– Критерии отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для создания текстового контента разных форматов.

### **Уметь:**

– Характеризовать разные форматы текстового контента.

– Создавать текстовые материалы в разных форматах.

– Продвигать созданный текстовый контент в интернете.

– Анализировать читательские потребности и интересы разных сегментов общества при создании текстового контента разных форматов.

– Использовать в издательской практике данные анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования спроса на издательские продукты, включая медиа- и коммуникационные, при создании текстового контента разного формата.

– Использовать в издательской практике данные анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях удовлетворения спроса на издательские продукты, включая медиа- и коммуникационные, при создании текстового контента разного формата.

– Оценивать и отбирать технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства печатных изданий.

- Оценивать и отбирать технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства электронных изданий.
- Использовать в практике книгоиздания современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.
- Использовать в практике медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии.

**Владеть:**

- Методикой анализа текстового контента.
- Методами работы по подготовке текстового контента и научиться осуществлять выбор этих методов из максимально широкого спектра форматов.
- Методами прогнозирования спроса на издательские продукты разных видов, жанров, стилей и форматов.

### **3. Место дисциплины в структуре образовательной программы**

Дисциплина относится к дисциплинам обязательной части образовательной программы Блока 1, модуль Б1.О.01 «Производства и продвижение контента».

### **4. Семестр(ы) освоения и форма(ы) промежуточной аттестации по дисциплине**

Первый семестр, экзамен.

### **5. Входные требования для освоения дисциплины**

Для успешного освоения дисциплины требуются компетенции, сформированные в ходе освоения образовательных программ предшествующего уровня образования.

### **6. Язык реализации**

Русский

### **7. Объем дисциплины**

Общая трудоемкость дисциплины составляет 3 з.е., 108 часов, из которых:

– практические занятия: 20 ч.

в том числе практическая подготовка: 20 ч.

Объем самостоятельной работы студента определен учебным планом.

### **8. Содержание дисциплины, структурированное по темам**

Тема 1. Текстовый контент. Основные свойства и принципы создания

Тема 2. Портфолио: кейсы, самопрезентация, формирование ключевых задач

Тема 3. Форматы в СМИ: новость, пресс-релиз, профайл, статья

Тема 4. Интервью

Тема 5. Лонгрид

Тема 6. Лендинг и UX-копирайтинг

Тема 7. Руководства, инструкции, чек-листы, FAQs: как выделять главное и оформлять в понятный текст

Тема 8. Блог

Тема 9. Рассылка

Тема 10. Обзор

Тема 11. Интерактивные формы текстового контента: тесты, квизы, опросники

Тема 12. Чат-бот

Тема 13. Портфолио: финал. Как эффективно презентовать свои работы

## **9. Текущий контроль по дисциплине**

Текущий контроль по дисциплине проводится путем контроля посещаемости, проведения контрольных работ, тестов по лекционному материалу, выполнения домашних заданий, и фиксируется в форме контрольной точки не менее одного раза в семестр.

### **Примерные практические задания**

1. Кейс: Вы – представитель пиар-отдела крупной IT-компании, скоро на рынок выходит ваш новый продукт. Ваша задача – написать информативный пресс-релиз для СМИ и партнеров.

Это задание с двойным слоем для тренировки креативности и логической структуры изложения информации.

Придумайте сам продукт: это может быть приложение для поиска дог-френдли заведений в городе, или сервис по тайм-менеджменту. Можно взять любой существующий сервис.

Главное – отразить основные элементы пресс-релиза и создать качественный заголовок.

2. Напишите 4 блока к лендингу курса по бизнес-старту.

Отразите аргументы, какие должны быть эти блоки по потребностям целевой аудитории.

Немного о курсе: обучение поможет начать свое дело и рассматривает открытие бизнеса со всеми «подводными камнями».

Курс поможет разработать идею и бизнес-план, разобраться в работе с налогами, понять, где можно получить господдержку или инвестиции, как работать с кадрами и какие маркетинговые инструменты использовать для развития дела.

3. Составить контент-план для вашего экспертного блога (существующего, воображаемого или будущего).

Контент-план может быть на неделю, две, или на месяц вперед.

Важно отразить разные темы и направления контента: о чем и как вы будете писать.

Оценочные материалы текущего контроля размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

## **10. Порядок проведения и критерии оценивания промежуточной аттестации**

Форма промежуточной аттестации по дисциплина – экзамен. Итоговая оценка формируется по результатам выполнения заданий в семестре – создание текстового контента разных форматов.

Результаты экзамена определяются оценками «отлично», «хорошо», «удовлетворительно», «неудовлетворительно».

В ходе экзамена обучающийся должен продемонстрировать достижение запланированных индикаторов: использует в издательской практике данные анализа потребностей общества и интересов аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на издательские продукты, включая медиа- и

коммуникационные ; анализирует читательские потребности и интересы разных сегментов общества, владеет методами прогнозирования спроса на издательские продукты разных видов, жанров, стилей и форматов ; использует в практике книгоиздания и медиапроизводства современные технические средства и информационно-коммуникационные технологии; оценивает и отбирает технические средства и информационные технологии, в том числе из арсенала новейших, для производства печатных и электронных изданий; демонстрирует знание критериев отбора современных технических средств и информационно-коммуникационных технологий для осуществления профессиональной деятельности.

На экзамене студент должен сдать обязательный итоговый проект (Портфолио) и выполнить все практические задания.

Критерии оценки финальной работы: Портфолио.

1. портфолио структурировано согласно концепт-плану, изложенному в лекции;
2. портфолио предоставляется в итоговом варианте в любом из предложенных в лекции редакторах / конструкторах: Google презентации, Tilda, google Docs и других;
3. в портфолио должны присутствовать кейсы: если нет практических кейсов, оформляются учебные работы, или создается несколько небольших кейсов.
4. портфолио должно отражать компетенции и опыт.

Оценочные материалы для проведения промежуточной аттестации размещены на сайте ТГУ в разделе «Информация об образовательной программе» – <https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>.

## **11. Учебно-методическое обеспечение**

а) Электронный учебный курс по дисциплине в электронном университете «Moodle» – <https://moodle.tsu.ru/course/view.php?id=00000>

б) Оценочные материалы текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине (<https://www.tsu.ru/sveden/education/eduop/>).

в) План семинарских / практических занятий по дисциплине.

г) Методические указания по организации самостоятельной работы студентов.

## **12. Перечень учебной литературы и ресурсов сети Интернет**

а) основная литература:

– Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов вузов / Под ред. М.М. Лукиной. М.: Аспект Пресс, 2010. 346 с.

– Современный медиатекст: учеб. пособие / отв. ред. Н.А. Кузьмина. Омск, 2011. 414 с.

– Чернявская В.Е. Текст в медиальном пространстве: учеб. пособие. М.: URSS, 2013. 228 с.

б) дополнительная литература:

– Витвинчук В.В. Трансформация жанра интервью в современном медиапространстве: медийный хронотоп и коммуникативные тактики // Вопросы журналистики. 2018. № 4. С. 73–80.

– Панюшева М.М. Блогосфера: традиционные СМИ vs нетрадиционные // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 10: Журналистика. 2010. № 4. С. 106–122.

– Шмелева Т.В. Медийное речеведение // Медiateкст как полиинтенциональная система: сб. статей / под ред. Л.Р. Дускаевой, Н.С. Цветовой. СПб, 2012. С. 56–61.

в) ресурсы сети Интернет:

– Общероссийская Сеть КонсультантПлюс Справочная правовая система.  
<http://www.consultant.ru>

### **13. Перечень информационных технологий**

а) лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

– Microsoft Office Standart 2013 Russian: пакет программ. Включает приложения: MS Office Word, MS Office Excel, MS Office PowerPoint, MS Office On-eNote, MS Office Publisher, MS Outlook, MS Office Web Apps (Word Excel MS PowerPoint Outlook);

– публично доступные облачные технологии (Яндекс диск и т.п.).

б) информационные справочные системы:

– Электронный каталог Научной библиотеки ТГУ –  
<http://chamo.lib.tsu.ru/search/query?locale=ru&theme=system>

– Электронная библиотека (репозиторий) ТГУ –  
<http://vital.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Index>

– ЭБС Лань – <http://e.lanbook.com/>

– ЭБС Консультант студента – <http://www.studentlibrary.ru/>

– Образовательная платформа Юрайт – <https://urait.ru/>

– ЭБС ZNANIUM.com – <https://znanium.com/>

– ЭБС IPRbooks – <http://www.iprbookshop.ru/>

### **14. Материально-техническое обеспечение**

Занятия по учебной дисциплине проводятся с использованием дистанционных образовательных технологий. Каждый обучающийся обеспечен доступом к образовательной платформе <https://lms.tsu.ru/>.

### **15. Информация о разработчиках**

Галькова Алёна Вадимовна, кандидат филологических наук, старший преподаватель кафедры общего литературоведения, издательского дела и редактирования филологического факультета НИ ТГУ.