

МИНОБРНАУКИ РОССИИ
ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ
УЧРЕЖДЕНИЕ
ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ
«ВОРОНЕЖСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВО «ВГУ»)

УТВЕРЖДАЮ

Заведующий кафедрой
Электронных СМИ и речевой коммуникации



В.В. Колесникова

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

ФТД.02 Корпоративный продукт

- 1. Код и наименование направления подготовки/специальности:**
56.05.05 Военная журналистика
- 2. Профиль подготовки/специализация: Военная журналистика**
- 3. Квалификация (степень) выпускника: журналист**
- 4. Форма обучения: очная**
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины: Электронных СМИ и речевой коммуникации**
- 6. Составители программы: Дьякова Л.Н. к.филол.н, доцент**
- 7. Рекомендована: НМС факультета журналистики, протокол № 8 от 19.05.2022 г.**
- 8. Учебный год: 2025-2026** **Семестр(ы): 7**

9. Цели и задачи учебной дисциплины: Цель – дать представление о корпоративной культуре и корпоративном продукте, в том числе применении видеороликов в крупных компаниях.

Задачи:

1. Определить понятие корпоративная культура и корпоративный продукт.
2. Описать функционирование корпоративного видео как варианта корпоративного продукта.
3. Изучить особенности функционирования видео как инструмента маркетинга.
4. Сформировать умение писать сценарий для корпоративного видео с учетом особенностей этого продукта.

10. Место учебной дисциплины в структуре ООП: Блок Б1, вариативная часть. Требования к входным знаниям и умениям: обучающийся должен понимать принципы создания видеоролика с учетом требуемой аудитории и маркетинговой задачи, знать особенности написания сценария с учетом цели создания продукта, уметь ставить задачу и определять алгоритм ее достижения.

11. Планируемые результаты обучения по дисциплине/модулю (знания, умения, навыки), соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы (компетенциями выпускников):

Компетенция		Планируемые результаты обучения
Код	Название	
ПК-1.6	Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (Осуществляет поиск темы и выявляет существующую проблему. Получает информацию в ходе профессионального общения с героями, свидетелями, экспертами и фиксирует полученные сведения. Проверяет достоверность полученной	<p>знать: понятийный аппарат дисциплины</p> <p>уметь: осуществлять поиск темы и проблемы, общаться с героями и свидетелями, определять достоверность информации</p> <p>владеть: навыками создания корпоративного видео от определения целевой аудитории до осуществления съемочного процесса; современными технологиями для создания корпоративного продукта</p>

	информации, разграничивает факты и мнения. Создает медиапродукт с применением современных технологий)	
--	---	--

12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час — 2 з.е./72 часов.

Форма промежуточной аттестации зачет.

13. Виды учебной работы

Вид учебной работы		Трудоемкость		
		Всего	По семестрам	
			7 семестр	№ семестра
Аудиторные занятия		32	32	
в том числе:	лекции	16	16	
	практические	16	16	
	лабораторные			
Самостоятельная работа		40	40	
контроль				
Форма промежуточной аттестации		зачет	зачет	
Итого:		72	72	

13.1. Содержание дисциплины

п/п	Наименование раздела дисциплины	Содержание раздела дисциплины
1. Лекции		
1.1	Видео как инструмент маркетинга	Эмоциональная составляющая рекламного видео. Представление эмоций в кадре. Аудитория видео. Воздействие на аудиторию.
1.2	Варианты видеопродукции для корпоративных и маркетинговых целей	Виды корпоративного видео. Форматы корпоративного видео. Корпоративный фильм. Рекламный ролик. История успеха. Имиджевый ролик. Видеокейс. Обучающий ролик.
1.3	Правила создания корпоративного видео	Нацеленность на результат. Целевая аудитория. Баланс формы и содержания. Создание контента. Качество контента.

2. Лабораторные занятия		
2.1	Видео как инструмент маркетинга	Эмоциональная составляющая рекламного видео. Представление эмоций в кадре. Аудитория видео. Воздействие на аудиторию.
2.2	Варианты видеопродукции для корпоративных и маркетинговых целей	Виды корпоративного видео. Форматы корпоративного видео. Корпоративный фильм. Рекламный ролик. История успеха. Имиджевый ролик. Видеокейс. Обучающий ролик.
2.3	Правила создания корпоративного видео	Нацеленность на результат. Целевая аудитория. Баланс формы и содержания. Создание контента. Качество контента.

13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

№ п/ п	Наименование темы (раздела) дисциплины	Виды занятий (часов)					Все го
		Лекц ии	Практиче ские	Лаборатор ные	Самостоятель ная работа	Кон троль	
1	Видео как инструмент маркетинга	4	4		10		18
2	Варианты видеопродукции для корпоративных и маркетинговых целей	6	6		14		26
3	Правила создания корпоративного видео	6	6		16		28
	Итого:	16	16		40		72

14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа осуществляется на образовательном портале ВГУ. Студентам предлагается ознакомиться с теорией, повторить пройденный материал, получить дополнительные знания, литературу, ссылки на передачи, фильмы, актуальные публикации и т.д.

15. Перечень основной и дополнительной литературы, ресурсов интернет, необходимых для освоения дисциплины

а) основная литература:

№ п/п	Источник
	Колесникова В.В., Цуканова М.И. Основы телевизионной и

1.	радиожурналистики : [учебное пособие] / В.В. Колесникова, М.И. Цуканова. — Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2019 . 77 с.
2.	Светлаков Ю.Я. Моё документальное кино : очерки / Ю.Я. Светлаков. — Кемерово : КемГУКИ, 2014 . 336 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=438373
3.	Сценарное мастерство : учебное пособие / Т.Я. Маслова. — Кемерово : КемГУКИ, 2011 . 200 с. - — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227743
4.	Телевизионная журналистика : [учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 030601 "Журналистика"] / В.Л. Цвик. — 2-е изд., перераб. и доп. — Москва : ЮНИТИ-ДАНА, 2013 . 495 с.
5.	Шестеркина Л.П. Методика телевизионной журналистики / Л.П. Шестеркина. — Москва : Аспект Пресс, 2012 . 224 с. - — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104063

б) дополнительная литература:

№ п/п	Источник
6.	Ключи к эфиру. В 2-х книгах: Опыт, практические советы — Москва : Аспект Пресс, 2007 . Книга 2 Основы мастерства 271 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=104705
7.	Познин В.Ф. Техника и технология СМИ. Радио- и тележурналистика : учебник и практикум для академического бакалавриата / В.Ф. Познин. — Москва : Юрайт, 2018 .
8.	Телевизионная журналистика : учебник для студентов вузов / Моск. гос. ун-т им. Ломоносова; редкол.: Г. В. Кузнецов [и др.]. — 5-е изд., перераб. и доп. — М. : Изд.-во Моск. ун-та, 2005 .
9.	Сценарное мастерство: Драматургия документального фильма : учебное пособие / Т.Я. Маслова. — Кемерово : КемГУКИ, 2010 . 318 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=227742
10.	Мастерство продюсера кино и телевидения — Москва : Юнити-Дана, 2012 . 861 с. — URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=114715

в) информационные электронно-образовательные ресурсы (официальные ресурсы интернет)*:

№ п/п	Ресурс
11.	ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: https://biblioclub.ru/
12.	Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: https://lib.vsu.ru/

17. Образовательные технологии, используемые при реализации учебной дисциплины, включая дистанционные образовательные технологии (ДОТ), электронное обучение (ЭО), смешанное обучение):

При реализации дисциплины используются различные типы лекций (вводная, обзорная и т.д.), применяются дистанционные образовательные технологии в части освоения лекционного и практического материала, проведения текущей аттестации, самостоятельной работы по дисциплине или отдельным ее разделам и т.д.

При реализации дисциплины используются элементы электронного обучения и дистанционные образовательные технологии, в том числе сайт edu.vsu.ru.

18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:

(при использовании лабораторного оборудования указывать полный перечень, при большом количестве оборудования можно вынести данный раздел в приложение к рабочей программе)

Аудитории для проведения занятий лекционного типа. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор View Sonic; ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb); экран настенный с электроприводом CS 244*244; акустическая система BEHRINGER B115D, микшер UB 1204 FX, микрофон B-1. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление)

Аудитории для проведения занятий семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации. Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ, экран настенный CS 244*244; переносной ноутбук 15*Packard Bell. Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление).

Аудитории для самостоятельной работы студентов. Используются компьютерные классы: ауд. 115 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; экран настенный CS 244*244; интерактивная доска Promethean, ПК (i5/4Gb/HDD 1Tb) (11 шт.);

ауд. 126 (Воронеж, ул. Хользунова, 40-а). Типовое оснащение, оборудование: мультимедиапроектор BenQ MX511; ПК (Razer 5/4Gb/1Tb) (10 шт.); экран настенный CS 244*244, интерактивная доска Promethean

Программное обеспечение: WinPro 8 RUS Upgrd OLP NL Acdmc; OfficeSTD 2013 RUS OLP NL Acdmc; неисключительные права на ПО Dr. Web Enterprise Security Suite, комплексная защита Dr. Web Desktop Security Suite + Центр управления на 12 месяцев, 1400 ПК (Продление) Права на программы для ЭВМ Creative Cloud for teams All Apps ALL Multiple; СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

Телестудия (ауд. 210)

Программное обеспечение:

Microsoft Office

Windows 10

Adobe Creative Cloud (подписка)

Материально-техническое обеспечение телестудии:

малогабаритный многокамерный телевизионный комплекс (ММТК) (1 комплект), видеокамера Sony DSR-250P (1 шт.), видеокамера Sony DSR-170P (1 шт.), рекордер DVCAM Sony DSR-25 (1 шт.), микшерный пульт Yamaha-MG166C (1 шт.), радиомикрофоны Enbao SG-922 (2 шт.), радиомикрофоны Orus NE-100 (3 шт.), видеомонтажная станция на базе ПК (4 шт.), персональные компьютеры (3 шт.), принтер Epson Photo T50 (1 шт); ауд. 210.

19. Фонд оценочных средств:

19.1. Перечень компетенций с указанием этапов формирования и планируемых результатов обучения

Код и содержание компетенции (или ее части)	Планируемые результаты обучения (показатели достижения заданного уровня освоения компетенции посредством формирования знаний, умений, навыков)	Этапы формирования компетенции (разделы (темы) дисциплины или модуля и их наименование)	ФОС* (средства оценивания)
ПК-1 (1.1.; 1.2; 1.4.; 1.6.)	знать: понятийный аппарат дисциплины, способы отображения эмоций в кадре, механизмы влияния на аудиторию	Эмоциональная составляющая рекламного видео. Представление эмоций в кадре. Аудитория видео. Воздействие на	Устный опрос Практическое задание

		аудиторию.	
	уметь: определять нужный вид и формат корпоративного видео в условиях четко поставленной задачи, создавать необходимый для достижения цели видеоролик	Виды корпоративного видео. Форматы корпоративного видео. Корпоративный фильм. Рекламный ролик. История успеха. Имиджевый ролик. Видеокейс. Обучающий ролик.	Устный опрос Практическое задание
	владеть: способами характеристики целевой аудитории, навыком баланса формы и содержания, навыками создания качественного контента	Нацеленность на результат. Целевая аудитория. Баланс формы и содержания. Создание контента. Качество контента.	Устный опрос Практическое задание
Промежуточная аттестация			КИМ

19.2 Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при промежуточной аттестации

Для оценивания результатов обучения на зачете используются следующие показатели (ЗУНы из 19.1):

владение понятийным аппаратом данной области науки (теоретическими основами дисциплины), способность иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач.

Для оценивания результатов обучения на экзамене используется – отлично, хорошо, удовлетворительно, неудовлетворительно.

Соотношение показателей, критериев и шкалы оценивания результатов обучения.

	Уровень	
--	---------	--

Критерии оценивания компетенций	сформированности компетенций	Шкала оценок
<p>Полное соответствие ответа обучающегося всем перечисленным критериям:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. продемонстрировано знание теории и практики современной сетевой журналистики, 2. умение анализировать и редактировать сетевой видеоконтент, 3. владение навыками создания и выведения в эфир продукта в Требуемом формате. 	<i>Повышенный уровень</i>	<i>Отлично</i>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует одному (двум) из перечисленных показателей, но обучающийся дает правильные ответы на дополнительные вопросы.</p> <p>Недостаточно продемонстрировано знание теории и практики современной аудиовизуальной журналистики, существуют незначительные пробелы в умении анализировать и редактировать медиаконтент, владении навыками создания и выведения в эфир продукта в требуемом формате.</p>	<i>Базовый уровень</i>	<i>Хорошо</i>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым двум(трем) из перечисленных показателей, обучающийся дает неполные ответы на дополнительные вопросы. Демонстрирует частичные знания теории и практики современной аудиовизуальной журналистики, неполное умение анализировать и редактировать медиаконтент, отмечаются значимые пробелы во владении навыками создания и выведения в эфир медиапродукта.</p>	<i>Пороговый уровень</i>	<i>Удовлетворительно</i>
<p>Ответ на контрольно-измерительный материал не соответствует любым трем (четырем) из перечисленных показателей.</p> <p>Обучающийся демонстрирует отрывочные,</p>	–	<i>Неудовлетворительно</i>

фрагментарные знания, допускает грубые ошибки.		
--	--	--

19.3 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующие этапы формирования компетенций в процессе освоения образовательной программы. Билет для оценивания результатов обучения состоит из 1 теоретического вопроса и 1 практического задания.

19.3.1 Перечень вопросов к экзамену:

1. Основные преимущества использования видеопродукции в маркетинговой практике
2. Варианты применения видеороликов в крупных компаниях.
3. Основные правила создания корпоративного видео.
4. Корпоративное видео как маркетинговый инструмент.
5. Бизнес-задача как основа создания корпоративного продукта.
6. Особенности функционирования и создания корпоративного фильма.
7. Особенности функционирования и создания рекламного ролика.
8. Особенности функционирования и создания истории успеха.
9. Особенности функционирования и создания имиджевого ролика компании.
10. Особенности функционирования и создания видеокейса.
11. Особенности функционирования и создания имиджевого ролика продукта клиента.
12. Особенности функционирования и создания обучающего ролика.
13. Целевая аудитория корпоративного видео.
14. Механизмы изучения аудитории корпоративного видео.
15. Сценарий для разных типов корпоративного видео.
16. Видеоряд корпоративного видео. Музыка видеопродукта.
17. Инструменты и методы создания корпоративного видео.
18. Механизмы определения качества контента.

19.3.2 Перечень практических заданий

Найти и внимательно изучить сайт любой организации (фирмы, учреждения, службы, госкорпорации, вуза и т.д – на выбор студента), письменно проанализировать этот сайт (особенности, стиль, предполагаемый бюджет, посещаемость, доступность).

19.4. Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности, характеризующих этапы формирования компетенций

Оценка знаний, умений и навыков, характеризующая этапы формирования компетенций в рамках изучения дисциплины осуществляется в ходе текущей и промежуточной аттестаций.

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах устного опроса, практического задания. Критерии оценивания приведены выше.

Промежуточная аттестация проводится в соответствии с Положением о промежуточной аттестации обучающихся по программам высшего образования.

Контрольно-измерительные материалы промежуточной аттестации включают в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний. При оценивании используются количественные шкалы оценок. Критерии оценивания приведены выше.