

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

**УТВЕРЖДАЮ**  
Заведующий кафедрой  
связей с общественностью, рекламы и дизайна  
\_\_\_В.В.Тулупов



17.04.2025

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ**  
Б1.В.ДВ.09.02 Нейрогеймификация в медиасфере и дизайне

- 1. Код и наименование направления подготовки:**  
42.04.05 Медиакоммуникации
- 2. Профиль подготовки:** Массмедиа и контент-маркетинг
- 3. Квалификация выпускника:** магистр
- 4. Форма обучения:** очная
- 5. Кафедра, отвечающая за реализацию дисциплины:** связей с общественностью, рекламы и дизайна
- 6. Составители программы:** Курганова Е. Б., кандидат филологических наук, доцент
- 7. Рекомендована:** Научно-методическим советом факультета журналистики  
17.04.2025 г. протокол № 7
- 8. Учебный год:** 2027/2028 **Семестр:** 8

## 9. Цели и задачи учебной дисциплины:

**Целями освоения учебной дисциплины** является создание у обучающихся целостного представления о целях, видах и технологиях нейрогеймификации в медиасфере и дизайне; формирование на этой основе навыков проектирования креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов искусственного интеллекта (ИИ).

### **Задачи:**

- овладение обучающимися базовой терминологией в области геймификации и применения инструментов искусственного интеллекта в медиасфере и дизайне;
- рассмотрение философского и психологического подходов к категории игры (классические и современные концепции);
- формирование представления о ключевых коммуникационных трендах и основных направлениях академической дискуссии в гуманитарной науке по ним;
- определение перспектив коллаборации геймификации с ключевыми коммуникационными трендами;
- знакомство с потенциалом нейросетей в решении коммуникационных задач;
- развитие компетенций в области взаимодействия с искусственным интеллектом и навыков разработки креативного продукта с применением ИИ-инструментов (нейросетей).

## 10. Место учебной дисциплины в структуре ООП:

Учебная дисциплина «Нейрогеймификация в медиасфере» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, – дисциплин по выбору обучающегося направления Искусства и гуманитарные науки», профиль Дизайн. Учебная дисциплина «Нейрогеймификация в медиасфере и дизайне» является необходимой для формирования у будущих специалистов в сфере медиакоммуникации и дизайна навыков внедрения в медиапроекты и дизайнерские проекты элементов геймификации, разработанных при помощи ИИ-инструментов. Данная учебная дисциплина связана с рядом дисциплин: Б1.О.26 Информационные технологии в сфере дополнительного образования, Б1.В.03 Рекламная мастерская, Б1.В.02 Дизайн и рекламные технологии.

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

| Код  | Название компетенции                                                                   | Код    | Индикатор(ы)                                                                                                                 | Планируемые результаты обучения                                                                                                                                                                                                                            |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------|--------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ПК-4 | Способен к проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-4.1 | Использует принципы разработки дизайнерского проекта, свойства используемых материалов и возможности применяемых технологий. | Знать процесс создания нового формата или концепции творческого проекта.<br>Уметь руководить процессом создания нового формата или творческого проекта<br>Владеть навыками руководства процессом создания нового формата или концепции творческого проекта |

## 12. Объем дисциплины в зачетных единицах/час – 72 часа/ 2 ЗЕТ.

Форма промежуточной аттестации – зачет.

### 13. Трудоемкость по видам учебной работы:

| Вид учебной работы     | Трудоемкость (часы) |              |  |  |
|------------------------|---------------------|--------------|--|--|
|                        | Всего               | По семестрам |  |  |
|                        |                     | 8 семестр    |  |  |
| Аудиторные занятия     | 30                  | 30           |  |  |
| в том числе:           |                     |              |  |  |
| лекции                 | 10                  | 10           |  |  |
| практические           | 20                  | 20           |  |  |
| Самостоятельная работа | 42                  | 42           |  |  |
| Контроль               |                     |              |  |  |
| Итого:                 | 72                  | 72           |  |  |

#### 13.1. Содержание дисциплины:

| п/п | Наименование раздела дисциплины                                                        | Содержание раздела дисциплины                                                                                                                                                                                               | Реализация раздела дисциплины с помощью онлайн-курса, ЭУМК                                                                 |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1   | Философско-психологическое рассмотрение категории игры.                                | Понятие игры в представлении зарубежных и отечественных философов и психологов. Классические и современные подходы. Отличительные признаки игры. Анализ медиапродуктов с использованием принципов процедурной герменевтики. | ЭУМК «Геймификация»<br><a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a> |
| 2   | Ключевые коммуникационные тренды: геймификация, ESG-повестка, искусственный интеллект. | Основные направления академической дискуссии в гуманитарных науках по проблемам игрового подхода, ESG и ИИ.                                                                                                                 | ЭУМК «Геймификация»<br><a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a> |
| 3   | Геймификация в продвижении медиапроекта: ключевые термины.                             | Технологии геймифицированных решений. Игрофицированные решения в практике b2c коммуникаций, b2p, b2b-коммуникаций.                                                                                                          | ЭУМК «Геймификация»<br><a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a> |
| 4   | ESG-повестка. Принципы и векторы устойчивого развития за рубежом и в РФ.               | Влияние ESG-концепции на коммуникативную политику компании. ESG VS гринвошинг: в чем отличия? Коллаборация геймификации и ESG.                                                                                              | ЭУМК «Геймификация»<br><a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a> |
| 5   | ИИ и его инструменты в медиасфере.                                                     | Понятие промта и его элементы. Механики промтинга в                                                                                                                                                                         | ЭУМК «Геймификация»                                                                                                        |

|   |                                                                                     |                                                                                                                                              |                                                                                                                            |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                                                                     | медиа сфере. Обзор зарубежных и российских нейросетей. Потенциал нейросетей в решении коммуникационных задач. Коллаборация геймификации и ИИ | <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a>                        |
| 6 | Разработка креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов ИИ | Основы проектирования креативного продукта с помощью ИИ.                                                                                     | ЭУМК «Геймификация»<br><a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a> |

### 13.2. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий

| № п/п | Наименование темы (раздела) дисциплины                                                 | Виды занятий (количество часов) |              |              |                        |       |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|--------------|--------------|------------------------|-------|
|       |                                                                                        | Лекции                          | Практические | Лабораторные | Самостоятельная работа | Всего |
| 1     | Философско-психологическое рассмотрение категории игры.                                | 2                               |              |              | 4                      | 6     |
| 2     | Ключевые коммуникационные тренды: геймификация, ESG-повестка, искусственный интеллект. | 4                               |              |              | 4                      | 8     |
| 3     | Геймификация в продвижении медиапроекта: ключевые термины.                             | 4                               | 4            |              | 12                     | 20    |
| 4     | ESG-повестка. Принципы и векторы устойчивого развития за рубежом и в РФ.               | 2                               |              |              | 10                     | 12    |
| 5     | ИИ и его инструменты в медиа сфере.                                                    | 2                               | 4            |              | 20                     | 26    |
| 6     | Разработка креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов ИИ    |                                 | 6            |              | 30                     | 36    |
| Итого |                                                                                        | 10                              | 20           |              | 42                     | 72    |

### 14. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины

Самостоятельная работа студентов является важной составляющей в подготовке будущего специалиста в сфере дизайн-проектирования.

Самостоятельная работа должна быть системной и проходить в тесном контакте с преподавателем. Она предполагает максимальную заинтересованность студентов в усвоении дисциплины, их творческую инициативу, умение планировать личное время.

Систематизированные основы научных знаний по изучаемой дисциплине закладываются на занятиях, посещение которых обязательно для обучающихся. В ходе занятия они внимательно следят за ходом изложения материала, аккуратно ведут конспект. Конспектирование – одна из форм активной самостоятельной работы, требующая навыков и умений кратко, системно, последовательно и логично формулировать положения тем. Культура записи – важнейший фактор успешного и творческого овладения материалом по ключевым вопросам изучаемой дисциплины. Неясные моменты выясняются в конце занятия в отведенное на вопросы время. Рекомендуются в кратчайшие сроки после объяснения преподавателя проработать материал, а конспект дополнить и откорректировать. Последующая работа над конспектом воспроизводит в памяти содержание теоретического материала, позволяет дополнить запись, выделить главное, творчески закрепить изученное в памяти.

Помимо конспектов при подготовке к практическим занятиям студенты должны обращаться к учебникам, учебным и методическим пособиям, указанным в пунктах 15 и 16. Для обеспечения полноценной самостоятельной работы студентов преподавателями кафедры были разработаны следующие учебные пособия «Медиакоммуникации в современном мире», «Связи с общественностью: теория и практика», «Реклама и связи с общественностью: Теория и практика», «Задачник по PR».

На практических занятиях практикуются экспресс-опросы студентов, проведение мозговых штурмов при решении кейсов и задач по курсу. Основное внимание следует уделять выработке у студентов навыков при выполнении практических заданий 1) в рамках внеаудиторной дидактической формы самостоятельной работы (поиск геймифицированных кейсов в сети Интернет и СМИ для проведения анализа примененных игровых технологий); 2) внеаудиторной творческой формы (создание рекламного/СО/медиапроекта/дизайн-проекта с применением игровых технологий и ИИ-инструментов).

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

### **а) основная литература:**

| № п/п | Источник                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.    | Курганова Е.Б. Игровой аспект в современном рекламном тексте : учебное пособие по специальности 070701-реклама/ Е.Б. Курганова ; Воронеж. гос. ун-т.— Воронеж : Родная речь, 2004 .— 122 с. — Режим доступа : <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/feb05014.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/feb05014.pdf</a> . |

### **б) дополнительная литература:**

| № п/п | Источник                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.    | Курганова Е.Б. Геймификация: принципы и практика (рабочая программа, задачник, глоссарий): учебно-метод.пособие. – Воронеж: Факультет журналистики, 2020. – 62 с. Режим доступа: <a href="http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-64.pdf">http://www.lib.vsu.ru/elib/texts/method/vsu/m20-64.pdf</a> . |

|    |                                                                                                                                                                                             |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3. | Теория и практика рекламы и связей с общественностью : учебное пособие / под ред. В. В. Тулупова; Воронежский государственный университет. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2022. – 364 с. |
|----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**в) информационные электронно-образовательные ресурсы:**

| № п/п | Ресурсы Интернет                                                                                                                                        |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.    | ЭБС Университетская библиотека online. – Режим доступа: <a href="https://biblioclub.ru/">https://biblioclub.ru/</a>                                     |
| 5.    | ЭБС Лань. – Режим доступа: <a href="https://e.lanbook.com/">https://e.lanbook.com/</a>                                                                  |
| 6.    | Электронная библиотека ЗНБ ВГУ. – Режим доступа: <a href="https://lib.vsu.ru/">https://lib.vsu.ru/</a>                                                  |
| 7.    | Независимый журнал о PR. – Режим доступа: <a href="http://www.mediabitch.ru">http://www.mediabitch.ru</a>                                               |
| 8.    | Сайт о творчестве – Режим доступа: <a href="http://www.adme.ru">http://www.adme.ru</a>                                                                  |
| 9.    | ЭУМК «Геймификация в рекламе и СО» – Режим доступа: <a href="https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754">https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754</a> |
| 10.   | Портал РАСО (российской ассоциации по связям с общественностью). – Режим доступа: <a href="https://raso.ru/">https://raso.ru/</a>                       |
| 11.   | Информационный портал по российскому рынку рекламы, маркетинга и PR. – Режим доступа: <a href="http://www.sostav.ru">http://www.sostav.ru</a>           |
| 12.   | Информационный портал о маркетинге и коммуникациях в цифровой среде. – Режим доступа: <a href="https://www.cossa.ru/">https://www.cossa.ru/</a>         |
| 13.   | Портал АКАР (Ассоциации коммуникационных агентств России). – Режим доступа: <a href="https://www.akarussia.ru/">https://www.akarussia.ru/</a>           |

**16. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы**

|   |                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1 | Задачник по PR: практикум / А.А.Давтян, Р.В.Дыкин, Е.Ю.Красова, и др./ под ред. Щекиной И.А. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2020. - 146 с.                                                                                                                |
| 2 | Коммуникационный проект (творческая ВКР) : учебно-методическое пособие / под ред. Е.Б. Кургановой, Е.Е. Топильской, Л.С. Щукиной, А.А. Давтян. – Воронеж : Факультет журналистики ВГУ, 2016. – 58 с.                                                              |
| 3 | Медиакоммуникации в современном мире: Учеб. пособие для студентов вузов / Отв. ред. В. В. Тулупов. – Воронеж : Кварта, 2021. – 129 с.                                                                                                                             |
| 4 | Реклама и связи с общественностью: Теория и практика/ под ред. Тулупова В.В. – Воронеж : Издательский дом ВГУ, 2015. – С.249-260.                                                                                                                                 |
| 5 | Связи с общественностью: теория и практика: учебное пособие / [А.Е. Богоявленский и др.]; АНО "Ин-т полит. анализа и стратегий"; Воронеж. гос. ун-т, Фак. журналистики; под ред. В.В. Тулупова, Е.Е. Топильской. – Воронеж: Кварта, 2010. – 327 с.                |
| 6 | Учебно-методическое пособие по подготовке ВКР на кафедре связей с общественностью, рекламы и дизайна факультета журналистики ВГУ / А. А. Давтян, Р. В. Дыкин, Е. Ю. Красова, и др./ под ред. И. А. Щекиной. – Воронеж: факультет журналистики ВГУ, 2021. – 108 с. |

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

При реализации программы применяется смешанное обучение – образовательный подход, совмещающий обучение с участием преподавателя

(лицом к лицу) с онлайн-обучением и предполагающий элементы самостоятельного контроля учащимся времени, места и темпа обучения, а также интеграцию опыта обучения с преподавателем и онлайн. Данный подход реализуется с помощью ЭУМК «Геймификация» <https://edu.vsu.ru/enrol/index.php?id=3754>. В ходе занятий с участием преподавателя используются информационно-коммуникационные технологии (лекция-презентация, выступления, доклады), групповые технологии (например, при выполнении прикладного проекта в команде), игровые технологии (внедрение игрофицированных элементов в процесс обучения), кейс-технологии (ситуационные задачи и упражнения, анализ конкретных ситуаций (кейс-стади), игровое проектирование) и другие. Рабочая программа дисциплины может быть реализована с применением электронного обучения и дистанционных образовательных технологий.

## **18. Материально-техническое обеспечение дисциплины:**

**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); СПС «ГАРАНТ-Образование». Свободный доступ в интернет.

## **19. Оценочные средства для проведения текущей и промежуточной аттестаций**

Порядок оценки освоения обучающимися учебного материала определяется содержанием следующих разделов дисциплины:

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор (ы) достижения компетенции | Оценочные средства |
|-------|------------------------------------------|----------------|--------------------------------------|--------------------|
|-------|------------------------------------------|----------------|--------------------------------------|--------------------|

| № п/п | Наименование раздела дисциплины (модуля)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Компетенция(и)                                                                              | Индикатор (ы) достижения компетенции                                                                                                   | Оценочные средства         |
|-------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|
| 1.    | <p>Раздел 1. Философско-психологическое рассмотрение категории игры.</p> <p>Раздел 2. Ключевые коммуникационные тренды: геймификация, ESG-повестка, искусственный интеллект</p> <p>Раздел 3. Геймификация в продвижении медиапроекта: ключевые термины.</p> <p>Раздел 4. ESG-повестка. Принципы и векторы устойчивого развития за рубежом и в РФ.</p> <p>Раздел 5. ИИ и его инструменты в медиасфере.</p> <p>Раздел 6. Разработка креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов ИИ для заказчика</p> | ПК-4.Способен к проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-4.1<br>Использует принципы разработки дизайнерского проекта, свойства используемых материалов и возможности применяемых технологий. | Тест<br>Контрольная работа |
| 2.    | <p>Раздел 3. Геймификация в продвижении медиапроекта: ключевые термины.</p> <p>Раздел 5. ИИ и его инструменты в медиасфере.</p> <p>Раздел 6. Разработка креативного геймифицированного продукта с использованием инструментов ИИ для заказчика</p>                                                                                                                                                                                                                                                                           | ПК-4.Способен к проектированию объектов визуальной информации, идентификации и коммуникации | ПК-4.1<br>Использует принципы разработки дизайнерского проекта, свойства используемых материалов и возможности применяемых технологий. | Контрольная работа         |

| № п/п                                              | Наименование раздела дисциплины (модуля) | Компетенция(и) | Индикатор (ы) достижения компетенции | Оценочные средства                        |
|----------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------|--------------------------------------|-------------------------------------------|
| Промежуточная аттестация<br>форма контроля - зачет |                                          |                |                                      | Перечень вопросов<br>Практическое задание |

## **20 Типовые оценочные средства и методические материалы, определяющие процедуры оценивания**

### **20.1**

#### **Текущий контроль успеваемости**

Контроль успеваемости по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

#### **20.1.1 Тестовые задания**

##### **Примерные вопросы для тестирования**

по дисциплине **Б1.В. ДВ.03.01 Нейрогеймификация в медиасфере и дизайне**

1. Кто считается родоначальником геймификации?  
А) Й.Хейзинга;  
Б) Г. Зихерман;  
В) Л. Витгенштейн.
2. В какой стране зародилась геймификация?  
А) США;  
Б) Нидерланды;  
В) Германия.
3. Что значит «мыслить воронками», согласно концепции Г.Зихермана?  
А) Создать стимул у потребителей выполнять желаемые действия;  
Б) Вовлекать потребителя в сетевой маркетинг;  
В) Развивать обратную связь.
4. Какая механика промтинга наиболее эффективна при постановке креативной задачи?  
А) zero-shot;  
Б) поведенческая роль;  
В) few-shot.
5. Для какой аудитории предназначены игрофицированные решения, применяемые в секторе b2p?  
А) для потребителей;  
Б) для персонала;  
В) для партнеров.

Ключ: 1б) 2а) 3а) 4б) 5б).

#### **20.1.2 Перечень заданий для контрольных работ**

##### **Пример заданий для контрольной работы**

**Задача 1. Выделите элементы геймификации в приведенном ниже кейсе:** американский рэп-исполнитель Хаким Серики, известный под псевдонимом Chamillionaire, объединил всех фанатов на своей виртуальной платформе Chamillionaire.com. Ресурс награждает значками, званиями и даже специальными монетами поклонников звезды за различные действия: комментирование, участие в конкурсах, загрузку фото или видео и т. д. Из тех, кто преуспел, формируется список наиболее преданных певцу фанатов, для которых разыгрываются более ценные призы. Сам рэп-исполнитель благодаря сайту имеет возможность не только прямого контакта с поклонниками, но и дополнительные рычаги воздействия на звукозаписывающие студии. Ведь комментарии преданных слушателей – лучший способ убедить владельцев аудиостудий в том, что песни Chamillionaire действительно интересны аудитории.

**Задача 2.** Летом 2019 г. музейный центр «Площадь мира» в Красноярске придумал игру по выставкам, посвященным советскому прошлому. Это гибридная (онлайн и офлайн) игра «CV Homo Sovieticus», направленная на развитие критического мышления и навыков принятия решений у подростков. Фабула игры строится на задаче реализовать свое профессиональное предназначение и достичь успеха в предложенных трудовых сферах. При этом во время движения по карьерной лестнице игрок будет вынужден совершать выбор, принимать правила жизни в Советской России, бороться с ними или постараться ни во что не вмешиваться, занимаясь своим делом. Реализовать себя можно будет в партийной работе, искусстве, литературе, науке, военном деле, промышленности или медицине. Местом действия игры стал «сконцентрированный» советский мир без определенных хронологических рамок, с характерными социальными феноменами: героизм, жертвенность, приспособленчество, активизм, «железный занавес», бытовая неустроенность, массовое образование, полеты в космос, оптимистичное будущее, равенство и другие. В игре предполагается пять этапов. Два связаны с навигацией в музее, поиском экспонатов, узнаванием информации о реалиях данной эпохи. Два других с принятием решения с точки зрения жизненного трека персонажа. Последний этап – пост-игровая 33 рефлексия, где игроки узнают о жизненном финале исторических прототипов своих персонажей и делятся своими основаниями при выборе той или иной стратегии. Игра предназначена, в основном, для подростков. Игра в музее – это возможность общаться со сверстниками в необычном месте, проявить себя, потренироваться

принимать решения и проживать последствия. Задание: выделите в представленном геймифицированном проекте признаки игры. **Определите тип геймифицированного решения по критериям: 1) специфики аудитории; 2) среды реализации; 3) предметной направленности.**

**Задача 3.** Авиакомпания «United Airlines» решила мотивировать персонал необычным способом. Ежегодные премии, которые выплачивались ранее (в среднем сотрудники получали до 7,5 тыс.\$) хотели заменить лотереей. По ее результатам, лишь один сотрудник мог получить 100 тыс. \$, еще несколько – автомобили и другие ценные призы. Остальные не получили бы ничего. **Представьте, что Вы входите в круг топ-менеджеров «United Airlines». В условиях снижения спроса на услуги авиакомпания не получила планируемую прибыль, необходимо сэкономить на премиальных выплатах сотрудников. Готовы ли Вы несмотря на ожидаемое неудовольствие сотрудников заменить ежегодные бонусы лотереей? Аргументируйте ответ.**

**Описание критериев и шкалы оценивания компетенций (результатов обучения) при текущей аттестации**

Для оценивания результатов обучения в ходе текущей аттестации используются следующие показатели:

- 1) знание учебного материала и владение понятийным аппаратом дисциплины;
- 2) умение связывать теорию с практикой;
- 3) умение иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований;
- 4) умение применять теоретические знания на практике, решать практические задачи в медиасфере.

| Критерии оценивания компетенций                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | Уровень сформированности компетенций   | Шкала оценок |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------|--------------|
| <p>Обучающийся в полной мере владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в медиасфере и дизайне.</p> <p>Обучающийся владеет теоретическими основами дисциплины, способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, применять теоретические знания для решения практических задач в медиасфере и дизайне, но допускает при этом отдельные ошибки.</p> <p>Обучающийся владеет частично теоретическими основами дисциплины, фрагментарно способен иллюстрировать ответ примерами, фактами, данными научных исследований, не умеет применять теоретические знания для решения практических задач в медиасфере и дизайне.</p> | Повышенный, базовый и пороговый уровни | Зачтено      |

|                                                                                                                                                              |   |               |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------|
| Обучающийся демонстрирует отрывочные знания теоретических основ дисциплины, допускает грубые ошибки в ходе решения практических задач в медиасфере и дизайне | – | Незачте<br>но |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---------------|

## 20.2 Промежуточная аттестация

Промежуточная аттестация по дисциплине осуществляется с помощью следующих оценочных средств:

### **Собеседования по вопросам к зачету**

*(наименование оценочного средства промежуточной аттестации)*

### 20.2.1 Перечень вопросов к зачету

| № п/п | Перечень вопросов                                                                                            |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1     | Философско-психологическое рассмотрение категории «игра».                                                    |
| 2     | Отличительные признаки игры.                                                                                 |
| 3     | Применение принципов процедурной герменевтики в анализе медиапродуктов.                                      |
| 4     | Геймификация как ключевой коммуникационный тренд.                                                            |
| 5     | ESG-повестка как ключевой коммуникационный тренд.                                                            |
| 6     | ИИ в коммуникациях: основные направления дискуссии в гуманитарных науках.                                    |
| 7     | Игрофицированные решения в практике b2c.                                                                     |
| 8     | Игрофицированные решения в практике b2b.                                                                     |
| 9     | Игрофицированные решения в практике b2p.                                                                     |
| 10    | Принципы и векторы устойчивого развития за рубежом и в РФ.                                                   |
| 11    | Влияние ESG-концепции на коммуникативную политику компании. ESG VS гринвошинг: в чем отличия?                |
| 12    | Коллаборация геймификации и ESG.                                                                             |
| 13    | ИИ и его инструменты в медиасфере и дизайне. Понятие промта и его элементы. Механики промтинга в медиасфере. |
| 14    | Обзор зарубежных и российских нейросетей. Потенциал нейросетей в решении коммуникационных задач.             |
| 15    | Основы проектирования креативного продукта с помощью ИИ.                                                     |
| 16    | Коллаборация геймификации и ИИ.                                                                              |

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

Текущая аттестация проводится в соответствии с Положением о текущей аттестации обучающихся по программам высшего образования Воронежского государственного университета. Текущая аттестация проводится в формах тестирования; письменной работы (контрольной работы); оценки результатов практической деятельности (курсовая работа). Критерии оценивания приведены выше.

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

Промежуточная аттестация может включать в себя теоретические вопросы, позволяющие оценить уровень полученных знаний и практическое задание, позволяющее оценить степень сформированности умений и навыков.

При оценивании используется следующая шкала:

5 баллов ставится, если обучающийся демонстрирует полное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, свободно оперирует приобретенными знаниями, умениями, применяет их при решении практических задач;

4 балла ставится, если обучающийся демонстрирует соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, но допускает незначительные ошибки, неточности, испытывает затруднения при решении практических задач;

3 балла ставится, если обучающийся демонстрирует неполное соответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям, допускает значительные ошибки при решении практических задач;

2 балла ставится, если обучающийся демонстрирует явное несоответствие знаний, умений, навыков приведенным в таблицах показателям.

При сдаче экзамена:

оценка «отлично» – 5 баллов,

оценка «хорошо» – 4 балла,

оценка «удовлетворительно» – 3 балла,

оценка «неудовлетворительно» – 2 балла.

При сдаче зачета:

«зачтено» – 3-5 баллов,

«не зачтено» – 2 балла.