

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:** 2028/2029 **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. Уметь руководить процессом создания нового формата или творческого проекта 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» <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» <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» <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» <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»

		медиафере. 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» <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 медиафере.	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. Рекомендуется 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 Использует принципы разработки дизайнерского проекта, свойства используемых материалов и возможности применяемых технологий.	Тест 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 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 форма контроля - зачет				Перечень вопросов 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 Chamillonaire, объединил всех фанатов на своей виртуальной платформе Chamillonaire.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 Chamillonaire 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	–	Незначе 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.