**СИЛЛАБУС**

**Осенний семестр 2022-2023 уч. год**

**по образовательной программе «6В03202 - Международная журналистика»**

**4 курс, русское отделение**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Код дисциплины** | **Название дисциплины** | **Самостоятельная работа студента (СРС)** | **Кол-во кредитов** | **Кол-во кредитов** | **Самостоятельная работа студента под руководством преподавателя (СРСП)** |
| **Лекции (Л)** | **Практ. занятия (ПЗ)** | **Лаб. занятия (ЛЗ)** |
| IINM4310 | Инструменты инфографики в новых медиа | 98 ч | 1,7 | 3,3 | 0 | 5 | 7 ч |
| **Академическая информация о курсе** |
| **Вид обучения** | **Тип/характер курса** | **Типы лекций** | **Типы практических занятий** | **Форма итогового контроля** |
| Аудиторный (оффлайн) | Практический  | Информационная, дискуссионная, проблемная | Ситуационные задания, деловые игры и полемика | Экзамен в ИС «Univer» |
| **Лектор** | Рожков Александр Викторович, к.филол.н., доцент | **Офис-часы** | По расписанию |
| **e-mail** | Rozhkov.A.W@yandex.kz |
| **Телефоны**  | Телефон: 221 13 44 (р. т.), + 7 701 315 30 54 (моб.) |
| **Академическая презентация курса** |
| **Цель дисциплины** | **Ожидаемые результаты обучения (РО)** В результате изучения дисциплины обучающийся будет способен: | **Индикаторы достижения РО (ИД)** (на каждый РО не менее 2-х индикаторов)В результате изучения дисциплиныобучающийся будет уметь: |
| - сформировать у студентов способность инфографику для журналистских материалов и медийных интернет-проектов. | РО 1: - раскрывать содержание коммуникации через визуальные формы; | ИД 1.1: - определять возможности невербального способа оформления информации,ИД 1.2: - формировать эксклюзивный стиль СМИ в подаче визуальных данных,ИД 1.3: - следовать функциональному предназначению синтеза текста и изображения, |
| РО 2: - соотносить текст с изображением и цветом; учитывая специфику аудитории;  | ИД 2.1: - дифференцировать содержание журналистских произведений для их простого восприятия аудиториями,ИД 2.2: - формировать массивы данных через удобные аудиториям образы,ИД 2.3: - конвертировать текст в изображение, |
| РО 3: - применять эргономичные методы инфографики для новых медиа; | ИД 3.1: - находить художественно-образные решения презентации данных, ИД 3.2: - определять особенности и возможности подачи данных посредством новых медиа,ИД 3.3: - связывать в едином технологическом цикле цифровые инструменты и приложения, |
| РО 4: - использовать различные программы и инструменты; | ИД 4.1: - выделять архитектонику видов инфографики, ИД 4.2: - располагать эргономично элементы графических схем,ИД 4.3: - выбирать оптимальные композиции, |
| РО 5: - повышать интерес к новым медиа путем интеграции современных технологий. | ИД 5.1: - типизировать модели на основе лучшего восприятия,ИД 5.2: - расширять рекламный инфотеймент,ИД 5.3: - внедрять в средства образности в новые каналы коммуникации. |
| **Пререквизиты** | OMJ1201 «Основы международной журналистики» |
| **Постреквизиты** |  - |
| **Литература и ресурсы** | **Учебная литература**:Основная1. Амзин А.А., Галустян А.А., Гатов В.П. и др. Как новые медиа изменили журналистику. - Екатеринбург, 20162. Гиренок Ф.И. Клиповое мышление. - М., 2016.3. Рева Е.К., Зуева Г.С. Инфографика в средствах массмедиа. - Пенза, 2016.4. Лаптев В.В. Изобразительная статистика: введение в инфографику. - СПб., 2012.Дополнительная5. Кульчицкая Д.Ю. Новые медиа в глобальном мире. - М., 2021.6. Тулупов В.В. Техника и технология СМИ: бильдредактирование. - М., 2019.7. Yau N. Visualize This: The FlowingData Guide to Design, Visualization, and Statistics. - NY., 2011.**Интернет-ресурсы:** httр://librery.kaznu.kz/ru Библиотека КазНУhttps://jrnlst.ru/ Журнал «Журналист» https://videoredaktor.ru/ Сервис онлайн-монтажаhttp://infographer.ru/ Специализированный сайт «Инфографер»https://ru.venngage.com/ Конструктор инфографикиhttp://comagency.ru/vidy-infografiki Средства инфографики7universum.com/ru/philology/archive/item/59 Виды телеграфики |
| **Академическая политика курса в контексте университетских морально-этических ценностей** | **Правила академического поведения:** Требуется обязательное присутствие студента на всех видах занятий на указанных в силлабусе и расписании аудиториях, образовательных платформах и через определенные преподавателем сервисы. **ВНИМАНИЕ!** Несоблюдение дедлайнов приводит к потере баллов! Дедлайн каждого задания указан в календаре (графике) реализации содержания учебного курса, а также в ИС и МООК.Студенты, пропустившие занятия по уважительной причине (с подтверждением документами), отрабатывают их в дополнительное время. Если студент пропустил более 50% занятий, он автоматически получает оценку F. Студенты, не выполнившие все виды работ, к итоговому экзамену не допускаются. **Академические ценности:**- Студенты должны быть честными и этичными в любое время в их стремлении к академическим целям в соответствии с Кодексом чести студентов университета.- Практические/лабораторные занятия, СРС должна носить самостоятельный, творческий характер.- Недопустимы плагиат, подлог, использование шпаргалок, списывание на всех этапах контроля.- Все виды письменных работ подлежат проверке на антиплагиат.- Студенты с ограниченными возможностями могут получать консультационную помощь по e-mail: Rozhkov.A.W@yandex.kz |
| **Политика оценивания и аттестации** | **Критериальное оценивание:** оценивание результатов обучения в соотнесенности с дескрипторами (проверка сформированности компетенций промежуточных и итоговых контролях). **Суммативное оценивание:** Активность на лекциях 5% Работа на практических занятиях 20%Самостоятельная работа 25%Проектная и творческая деятельность 10%Экзамены 40%ИТОГО 100% Итоговая оценка по дисциплине = (РК1 + РК2) \* 0,6 + (ИА \* 0,4)Минимальные оценки в процентах:95% - 100%: А 90% - 94%: А- 85% - 89%: В+80% - 84%: В 75% - 79%: В- 70% - 74%: С+65% - 69%: С 60% - 64%: С- 55% - 59%: D+50% - 54%: D 25% - 49%: FX 0% - 24%: F |

**КАЛЕНДАРЬ (график)**

**реализации содержания учебного курса**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Неде-ли** | **Название темы** | **Кол-во часов** | **Макс.****балл** |
| Модуль 1 (РК 1)Типология инфографики |
| 1 | **Л 1.** Принципы визуализации. | 1 | 2 |
| **ПЗ 1.** Упорядочить методы и формы визуализации в СМИ. | 2 | 8 |
| 2 | **Л 2.** Типология инфографики. | 1 | 2 |
| **ПЗ 2.** Обозначить наиболее функциональные технологии конструкции и насыщения подходов в разнообразии представления данных. | 2 | 8 |
| **СРС 1.** Составьте тайм-скрипт формирования принципов использования инфографики в международной журналистике. | 1 | 5 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРС 1** |
| 3 | **Л 3.** Инфографика – визуализированный журналистский материал. | 1 | 2 |
| **ПЗ 3.** Показать отличие инфографики от журналистских публикаций и иллюстраций. | 2 | 8 |
| **СРСП 1. Консультация по выполнению СРСП 1.** *Возникновение инфотеймента.* Представьте каналы формирования текстовой визуализации, связанные с развитием новых технологий.  | 1 | 20 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 1** |
| 4 | **Л 4.** Классификация инфографики. | 1 | 2 |
| **П3 4.** Выделить основные способы отображения данных для медиа. | 2 | 8 |
| 5 | **Л 5.** Типы сравнения данных. | 1 | 2 |
| **ПЗ 5.** Изложить варианты компактной передачи информации. | 2 | 8 |
| **СРСП 2. Консультация по выполнению СРСП 2.***Трансформация.* Покажите основные отличия инфографики от иллюстративного материала в СМИ, | 1 | 25 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 2** |
| 6 | **Л 6.** Цвет в инфографике. | 1 | 2 |
| **ПЗ 6.** Выяснять психологию цветовосприятия.. | 2 | 8 |
| **СРСП 3. Консультация по выполнению СРСП 3.** *Коллористика.* Выберите наиболее оптимальное сочетание цветов инфографики на общественно-политические темы, объяснятие, какие тона могут плохо восприниматься.  | 1 | 15 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 3** |
| 7 | **Л 7.** Инфографика ведущих СМИ. | 1 | 2 |
| **ПЗ 7.** Рассмотреть рубрики и разделы с инфографикой популярных СМИ и порталов. | 2 | 8 |
| **СРС 2.** Докажите, что инфографики – инструмент коммуникации, а не просто привлечения внимания. | 1 | 5 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРС 2** |
| **РК1** |  |  | **100** |
| Модуль 2 (РК 2)Параметры создания инфографики |
| 8 | **Л 8.** Система новых медиа. | 1 | 2 |
| **ПЗ 8.** Сделать обзор новых медиа и продемонстрировать их преимущества. | 2 | 8 |
| **СРСП 4. Консультация по выполнению СРСП 4.** *Мультимедиа.* Предложите концепции создания карты тренировочных площадок в небольшом городе для медиаапортала с использованием мультимедиа-технологий. | 1 | 15 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 4** |
| 9 | **Л 9.** Программы и сервисы для создания инфографики. | 1 | 2 |
| **ПЗ 9.** Раскрыть возможности компьюетрных инструментов, используемых в оперативной создании визуализаций. | 2 | 8 |
| 10 | **Л 10.** Видеографика. | 1 | 2 |
| **ПЗ 10.** Охарактеризовать методы добавления к тексту видео, звука для трансляции на каналах. | 2 | 8 |
| **СРСП 5. Консультация по выполнению СРСП 5.** *Событийная графика.* Выделите пять базовых дефиниций, помогающим сделать событие очевидным для аудитории. | 1 | 15 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 5** |
| 11 | **Л 11.** Эстетика инфографики. | 1 | 2 |
| **ПЗ 11.** Установить категории реконструкции массово-унитарного восприятия для повышения эмоциональной окрашенности. | 2 | 8 |
| 12 | **Л 12.** Структурно-системные решения в моделях образности. | 1 | 2 |
| **ПЗ 12.** Модифицировать проектирование поэтапного считывания информации. | 2 | 8 |
| **СРС 3.** Предложите варианты эстетичной подачи гистограммы экономическим медиапорталом. | 1 | 5 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРС 3** |
| 13 | **Л 13.** Оценочное макетирование. | 1 | 2 |
| **ПЗ 13.** Представить процесс верстки инфографики. | 2 | 8 |
| **СРСП 6. Консультация по выполнению СРСП 6.** *Фирменный стиль.* Создайте легенду для диаграммы рассеивания с различными осями координат. | 1 | 20 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 6** |
| 14 | **Л 14.** Рекламная инфографика. | 1 | 2 |
| **ПЗ 14.** Обозначить ценность визуализации в продвижении товаров или услуг посредством медиа. | 2 | 8 |
| **СРСП 7. Консультация по выполнению СРСП 7.** *Социокультурный код.* Предложите основные компоненты рекламной конструкционной инфографики на тему «Счастья по заказу» (курьерская служба).Консультация по подготовке к сдаче экзамена. | 1 | 25 |
| Суббота 23.59 – **дедлайн сдачи СРСП 7** |
| 15 | **Л 15.** Перспективы информационно-художественных функций. | 1 | 2 |
| **ПЗ 15.** Установить связь в качестве восприятия публикаций и сюжетов медиаплатформ при использовании инфографики. | 2 | 8 |
| **РК2** |  |  | **100** |
| **Экзамен** |  |  | **100** |

Декан факультета журналистики

к.филол.н. Мадиев С.Ш.

Заведующий кафедрой

д.филол.н., профессор Шынгысова Н.Т.

Лектор

к.филол.н. Рожков А.В.