

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭС

Н.З. Солодилова

(подпись)

29.06.2023

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

(44223)Тревел-блоггинг – журналистика путешествий

Направление подготовки (специальность): **41.03.01 Зарубежное регионоведение**

Направленность: **профиль«Международные отношения»**

Уровень высшего образования: **бакалавриат**

Форма обучения: **очная;**

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: **Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);**

Трудоемкость дисциплины: **3 з.е. (108час)**

Уфа 2023

Рабочую программу дисциплины разработал(и):

_____ Хайретдинова О.А.

Рецензент

_____ д-р ист. наук, проф. Матвеева Л.Д.

Рабочая программа дисциплины рассмотрена и одобрена на заседании кафедры Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 25.01.2023, протокол №11.

Заведующий кафедрой

Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ)_____Л.Д. Матвеева

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ_____С.Д. Галиуллина

Год приема 2023 г.

Рабочая программа зарегистрирована 08.06.2023 № 6 в ОПЛА и внесена в электронную базу данных

1. Место дисциплины в структуре ОПОП ВО

Дисциплины, предшествующие изучению данной дисциплины (исходя из формирования этапов по компетенциям):

Дисциплины, для которых освоение данной дисциплины необходимо как предшествующее (исходя из формирования этапов по компетенциям): ESG-трансформация бизнеса; Автоматизированные системы управления обслуживающих организаций; Агент торговый (курс рабочей профессии); Администратор (курс рабочей профессии); Администрирование компьютерных сетей; Активные процессы в современном русском языке; Архитектура и функциональная структура цифровых сервисов в креативных индустриях; Базовые навыки 21 века; Бармен (курс рабочей профессии); Бизнес-аналитика; Бизнес-платформы и бизнес-архитектура экосистем бизнеса; Большие данные с точки зрения права: введение в проблематику; Брендинг и фирменный стиль; Введение в восточную философию; Визуальные коммуникации в дизайне; Внешнеэкономические связи Российской Федерации в глобальной экономике; Горничная (курс рабочей профессии); Гражданское право; Деловой этикет; Законодательное и общественное регулирование цифровой сферы; Инвестиционная грамотность; Информационные технологии закупочной деятельности (курс рабочей профессии); Искусственный интеллект; Искусство убеждать; История: 5 подходов к историческому развитию; Комплаенс-контроль в деятельности хозяйствующих субъектов; Комплексная (расширенная) аналитика экосистемы данных в бизнесе; Конкурентная разведка; Конкурентоспособность бизнеса: международный бенчмаркинг; Конкурентоспособность территории и бизнеса; Конституционное право России. Общая часть; Конституционное право России: особенная часть; Корпоративное право; Креативные технологии в дизайне; Культура сервиса для персонала, работающего в контактных зонах; Лидерство и командообразование; Личностный рост; Макроэкономика; Международное право: трансграничные операции (Lex mercatoria); Менеджер по рекламе (курс рабочей профессии); Методы программирования и распределенные информационные системы: базовый уровень; Микроэкономика; Мобильные приложения и программирование устройств; Налоговое и правовое обеспечение "зеленой" экономики; Научно-исследовательская работа (по теме выпускной квалификационной работы); Национальные интересы России в глобальном мире; Онлайн-технологии в обучении; Основы дизайна; Основы критического мышления; Основы мехатроники и робототехники; Основы наук о Земле; Основы персонализированного и функционального питания; Официант (курс рабочей профессии); Оценка и прогнозирование устойчивого развития бизнеса; ПРОкачай ЭКОлайф; Практика устного и письменного перевода; Предпринимательство в креативных индустриях; Проектные мастерские "Общественные проекты"; Противодействие финансовому мошенничеству и управление индивидуальным риском; Профессиональные проектные мастерские; Психодиагностика; Психология коммуникации; Публичные выступления и презентация; Разработка и оптимизация интерфейса цифровых сервисов; Сетевое администрирование: от теории к практике; Системная динамика устойчивого развития; Создание медиа-контента; Социальные медиа; Социокультурные аспекты социальной робототехники; Специалист по многофункциональным графическим редакторам; Технологии маркетплейс; Удивительная Арктика; Управление в креативных индустриях, креативные проекты; Управление вкусовыми ощущениями человека; Управление и документационное обеспечение разработки цифровых сервисов; Управление пространственным развитием территории; Управление экосистемами бизнеса; Успешная карьера: от ограничений к возможностям; Философия и этика цифрового общества; Цифровой маркетинг и медиа; Цифровые решения для персонализированного питания; Экология: от клеток к Гее; Экономика "зеленых" инноваций; Этика коммуникаций цифровой среды; Этикет на все случаи жизни; Эффективное управление продажами в гостинице; Эффективное управление продажами в системе обслуживания; Эффективные переговоры

Блок: Блок 1. Дисциплины (модули);

Обязательная или часть, формируемая участниками образовательных отношений (в том числе элективные дисциплины): Часть, формируемая участниками образовательных отношений;

Форма обучения: очная

Семестр, в котором преподается дисциплина	Трудоемкость дисциплины				Вид промежу- точной аттестации
	Зачет- ные едини- цы	Часы			
		Общая	В том числе		
			контакт- ная	СРО	
2	3	108	46	62	диф.зачет;
ИТОГО:	3	108	46	62	

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

№ пп.	Формируемые компетенции	Шифр/ индекс компетен- ции
1	Способность генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики в сфере профессиональных интересов	ПК-1-БРА-22-1

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
ПК-1-БРА-22	ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	З(ПК-1-БРА-22)	Знать: Составляющие процесса создания мультимедиа-контента от планирования до публикации на различных платформах, особенностях работы в рамках различных функциональных ролей, а также о специфике наиболее распространенных мультимедиа-форматов и методологии представления информации в сети Интернет.
		У(ПК-1-БРА-22)	Уметь: Искать, проверять, систематизировать ин-

Шифр компетенции	Индикаторы достижения компетенций	Шифр результата обучения	Результат обучения
			формацию по заданной тематике, работать с источниками информации. Создавать мультимедиа-контент для публикации в сети Интернет, использовать различные форматы представления информации (текст, фото, видео, звук, иллюстрация, инфографика). Анализировать результаты своей индивидуальной работы и работы группы.
		В(ПК-1-БРА-22)	Владеть: Навыками создания контента в текстовом, фото-, аудио- и видеоформате, компоновке, планирования контента с учетом интересов аудитории и визуализации материалов при помощи современных программных средств.

3. Структура дисциплины

3.1. Виды учебной работы и трудоемкость (всего и по семестрам, в часах)

Форма обучения: очная

Вид учебной работы	Всего и по семестрам, часы	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Контактная работа, всего в том числе:	46		46										
лекции (всего)	20		20										
-в т.ч. лекции on-line курс	0												
практические занятия (ПЗ)	24		24										
-в т.ч. практические занятия on-line курс	0												
лабораторные работы (ЛР)	0												
контролируемая самостоятельная работа (защита курсового проекта, курсо-	0												

вой работы и др. работ (при наличии))													
-в т.ч. лабораторные работы on-line курс	0												
иная контактная работа (сдача зачета, экзамена, консультации)	2		2										
проектная деятельность (ПД)	0												
Самостоятельная работа обучающихся (СРО), всего в том числе: (указать конкретный вид СРО)	62		62										
выполнение и подготовка к защите курсового проекта или курсовой работы	0												
выполнение и подготовка к защите РГР работы, реферата, патентных исследований, аналитических исследований и т.п	0												
изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	31		31										
подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	24		24										
подготовка к сдаче зачета, экзамена	7		7										
иные виды работ обучающегося (при наличии)	0												
освоение on-line курса	0												
самостоятельная проектная деятельность (СПД)	0												
ИТОГО ПО ДИСЦИПЛИНЕ	108		108										

4. Содержание дисциплины

4.1. Темы (разделы) дисциплины и виды занятий (в часах)

Форма обучения: очная

(раздела)Номер темы	Название темы (раздела)	Семестр	Трудоемкость, часы					Шифр результата обучения
			Л	ПЗ	ЛР	СРО	Всего	
1	Развитие тревел-блога	2	10	12		30	52	З(ПК-1-БРА-22) У(ПК-1-БРА-22)
2	Создание	2	10	12		32	54	В(ПК-1-БРА-22)

Номер темы	Назва- ние	Семес- тр	Трудоемкость, часы					Шифр ре-
			Л	ПЗ	ЛР	СРО	Всего	
	мульти- медиа- контента							
	ИТОГО:		20	24		62	106	

4.2. Содержание лекционного курса

№ пп.	Номер раздела	Название темы	Трудоемкость, часы		
			очная	очно- заочная	заочная
1	1-Развитие тревел-блога	Базовые понятия тревел-блогинга Виды и примеры тревел-блогов. Перспективы развития тревел-блога. Инструктажи по технике безопасности на пленэрах.	2		
2	1-Развитие тревел-блога	Личность тревел-блогера Сторителлинг в социальных сетях. Создание персонажа и / или главного героя блога. Динамичное развитие главного героя и сопереживание аудитории.	2		
3	1-Развитие тревел-блога	Проектирование концепции блога Целеполагание проекта тревел-блога. Целевая аудитория. Виды блогов. Форматы блогов. Сюжетно-образная композиция. Ресурсное обеспечение деятельности тревел-блогера. Командная работа в тревел-блогинге и распределение ролей в команде.	2		
4	1-Развитие тревел-блога	Контент-планирование	2		

		Сочетания контента для привлечения, «активации», «подогрева» и удержания аудитории. Коммерческие инструменты взаимодействия с аудиторией. Баланс публикационной активности в разных форматах блогов. Мультиплатформенный блогинг: плюсы и недостатки.			
5	1-Развитие тревел-блога	Коммерциализация блога Формирование ценностного предложения для рекламодателей. Поиск и проведение переговоров с рекламодателями. Схемы монетизации и показатели репутации блогера.	2		
6	2-Создание мульти-медиа-контента	Копирайтинг в тревел-блогинге Принципы эффективных текстов. Виды текстов в тревел-блогинге. Маркетинговые задачи текста. Нейро-принципы написания текстов. Метрики эффективности текста.	2		
7	2-Создание мульти-медиа-контента	Фотография и графический дизайн в тревел-блогинге Принципы нейродизайна визуальных объектов. Виды фотографий и визуальных креативов в тревел-блогах. Принципы съемки фото на мобильное и профессиональное устройство. Композиция кадра. Подготовка к съемке. Процесс	4		

		съемки. Дополнительное оборудование для съемки. Базовые принципы пост-обработки и цветокоррекции. Тренды в графическом дизайне в тематике путешествий. Примеры успешных фото-блогов о путешествиях. Секреты мобильной обработки фото.			
8	2-Создание мультимедиа-контента	Видео в тревел-блогинге Принципы нейродизайна в видеопроизводстве. Виды видеороликов и места их размещения. Сценарий видеоролика. Композиция кадра и чередование планов. Принципы съемки видео на мобильные и профессиональные устройства. Подготовка к съемке. Дополнительное оборудование. Процесс съемки. Эмоции в кадре. Базовые принципы монтажа и пост-обработки: современные инструменты монтажа, компоновка ролика, работа со звуком, цветокоррекция, рендеринг. Тренды в видеоконтенте в тематике путешествий. Примеры успешных видеоблогов о путешествиях. Секреты мобильного монтажа.	4		
	-	ИТОГО:	20		

4.4. Перечень практических занятий

Номер раздела	№ ПЗ	Тема практического занятия	Трудоемкость, часы		
			очная	очно-заочная	заочная
1-Развитие тревел-блога	1	Введение в тревел-блоггинг Анализ базовых характеристик существующих тревел-блогов по чек-листу.	2		
1-Развитие тревел-блога	2	Личность тревел-блогера Анализ существующего тревел-блогера по чек-листу. Разработка главного героя и / или персонажа личного блога. Построение сюжетной линии развития личности главного героя блога.	2		
1-Развитие тревел-блога	3	Проектирование концепции блога Определение цели личного тревел-блога. Анализ целевой аудитории. Описание концепции тревел-блога. Планирование календарного плана и ресурсного обеспечения тревел-блога. Командная работа в тревел-блоггинге и распределение ролей в команде.	2		
1-Развитие тревел-блога	4	Контент-планирование Анализ контент-плана существующего тревел-бло-	4		

		га. Разработка контент-плана тревел-блога.			
1-Развитие тревел-блога	5	Анализ контент-плана существующего тревел-блога. Разработка контент-плана тревел-блога. Формирование ценностного предложения для рекламодателей. Определение схемы монетизации и показателей репутации блога.	2		
2-Создание мультимедиа-контента	1	Практикум по разработке мультимедиа-контента для тревел-блога Практикум написания текстов для фотопостов, лонгридов, видеороликов, текстовых блоков в сценарии видеоролика. Практикум фото-съемки для блогов. Подготовка к съемке. Процесс съемки. Пост-обработка и цветокоррекция. Практикум видеосъемки для тревел-блога. Подготовка к съемке. Процесс съемки. Монтаж и пост-обработка видеороликов.	12		
-		ИТОГО:	24		

4.5. Виды СРО

Номер раздела	Вид СРО	Трудоемкость, часы		
		очная	очно-заочная	заочная

1-Развитие тревел-блога	подготовка к сдаче зачета, экзамена	7		
1-Развитие тревел-блога	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	12		
1-Развитие тревел-блога	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	11		
2-Создание мультимедиа-контента	подготовка к лабораторным и/или практическим занятиям	12		
2-Создание мультимедиа-контента	изучение учебного материала, вынесенного на самостоятельную проработку	20		
-	ИТОГО:	62		

Темы для самостоятельной работы обучающихся

Раздел 1. Развитие тревел-блога

Тема 1. Анализ базовых характеристик тревел-блогов (список 1) по чек-листу (список 2).

Список 1. Перечень тревел-блогов.

1. Канал на You-Tube "The люди";
2. Канал на You-Tube "Про путешествия" (Богдан Булычев);
3. Канал на You-Tube "Mishka.Travel";
4. Авторский блог во ВКонтакте "Своим ходом - Виталик и Лиза";
5. Авторский блог во ВКонтакте "По Земле бюджетно";
6. Авторский блог во ВКонтакте "Блог Глеба и зрелищ";
7. Авторский блог во ВКонтакте "Синицын Travel";
8. Авторский блог в Яндекс.Дзен "Travel Maniac";
9. Авторский блог в Яндекс.Дзен "Ешь, путешествуй, живи";
10. Авторский блог в Яндекс.Дзен "Неизвестное об известном".

Список 2. Чек-лист

1. Опишите концепцию блога.
2. Периодичность выхода публикаций.
3. Основной формат медиа в публикациях.
4. Вид блога.
5. Формат блога.
6. Сюжетная композиция блога.
7. Ключевые темы контента.
8. Личная оценка блога. Опишите, что вам понравилось, а что нет.
9. Потенциальная целевая аудитория блога.

Тема 2. Анализ существующего тревел-блогера по чек-листу.

Тема 3. Разработка главного героя и / или персонажа личного блога. Построение сюжетной линии

развития личности главного героя блога.

Тема 4. Определение цели личного тревел-блога. Анализ целевой аудитории. Описание концепции тревел-блога.

Тема 5 Планирование календарного плана и ресурсного обеспечения тревел-блога. Командная работа в тревел-блогинге и распределение ролей в команде.

Тема 6 Анализ контент-плана существующего тревел-блога.

Тема 7. Разработка контент-плана тревел-блога.

Тема 8. Формирование ценностного предложения для рекламодателей. Определение схемы монетизации и показателей репутации блога.

Раздел 2. Создание мультимедиа-контента

Тема 1. Практикум написания текстов для фото-постов, лонгридов, видеороликов, текстовых блогов в сценарии видеоролика.

Тема 2. Практикум фотосъемки и репортажей. Подготовка к съемке. Процесс съемки. Пост-обработка и цветокоррекция.

Тема 3. Практикум видеосъемки и репортажей. Подготовка к съемке. Процесс съемки. Монтаж и пост-обработка видеороликов.

5. Формы текущего контроля успеваемости и проведения промежуточной аттестации

Перечень оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине приведен Фонде оценочных средств (приложение Б).

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1. Учебно-методическое обеспечение

Сведения об обеспеченности дисциплины основной, дополнительной и учебно-методической литературой приведены в формах № 1-УЛ и № 2-УЛ (приложение А).

6.2. Перечень современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины

Названия современных профессиональных баз данных и информационных справочных систем, рекомендуемых для освоения дисциплины	Ссылки на официальные сайты
ЭБС Znanium.com	http://znanium.com/
ЭБС Лань	https://e.lanbook.com/
ЭБС Национальная электронная библиотека	https://rusneb.ru/
ЭБС «Университетская библиотека онлайн»	https://biblioclub.ru/
Электронная библиотека ИЭС УГНТУ	http://lib-ies.rusoil.net
Электронная библиотека УГНТУ	http://www.bibl.rusoil.net

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

7.1. Перечень специальных аудиторий, кабинетов, лабораторий и пр., используемых при реализации дисциплины с перечнем основного оборудования

№ пп.	Номер помещения	Оснащенность помещения (перечень основного оборудования)	Наименование помещения
1	12-11	Шкаф(ы) для хранения	Помещения для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования
2	12-13	Комплект офисно...(1);Стол руководителя(1);Стол, стулья	Учебная аудитория для проведения групповых и индивидуальных консультаций
3	12-312	Коммутатор(1);Компьютер i3-2120(2);Компьютер i3-3240 21.5" Acer(1);Монитор BENQ E 2210 HDA(3);Моноблок(1);Пр-р HPLaserJet(1);Системный блок Intel Core 2(3);Доступ к электронной информационно-образовательной среде (Корпоративная информационная система УГНТУ); Доступ в интернет;	Помещение для самостоятельной работы – укомплектовано специализированной (учебной) мебелью, оснащено компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечено доступом в электронную информационно-образовательную среду организации.
4	12-506а	Стол, стулья	Учебная аудитория для текущего контроля и промежуточной аттестации – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.
5	12-603	тематические иллюстрации; Учебно-наглядные пособия по дисциплине, набор демонстрационного оборудования; Столы, стулья;	Учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, набором демонстрационного оборудования и учебно-наглядными пособиями, обеспечивающими тематические иллюстрации, соответствующие рабочим учебным программам дисциплин (модулей).
6	12-603	тематические иллюстрации; Столы, стулья	Учебная аудитория для проведения занятий семинарского типа – укомплектована специализированной (учебной) мебелью, техническими средствами обучения.

7.2. Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения, используемых в учебном процессе при освоении дисциплины

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
1	Adobe Photoshop CS5	Дата выдачи лицензии 14.07.2011, Поставщик: ЗАО «СофтЛайн Трейд»
2	ANSYS Academic	Дата выдачи лицензии 30.12.2016

№ пп.	Наименование ПО	Лицензионная чистота (реквизиты лицензии, свидетельства о гос. регистрации и т.п., срок действия)
3	CorelDraw Graphics Suite X6	Дата выдачи лицензии 03.12.2013, Поставщик: ЗАО «СофтЛайн Трейд»
4	Eclipse Photon	Дата выдачи лицензии 01.01.2000, Поставщик: Свободное программное обеспечение
5	Microsoft Office	Дата выдачи лицензии 01.01.2007
6	MS Office 2007 Microsoft Open License	Дата выдачи лицензии 11.05.2007, Поставщик: подписка MSDN

8. Организация обучения лиц с ограниченными возможностями здоровья

Для лиц с ограниченными возможностями здоровья, обучающихся по данной образовательной программе, разрабатывается индивидуальная программа освоения дисциплины с учетом особенностей их психофизического развития, их индивидуальных возможностей и состояния здоровья.

Приложение А

Форма № УЛ-1

СВЕДЕНИЯ

об обеспеченности дисциплины основной и дополнительной учебной литературой

Наименование дисциплины: (44223)(44223)Тревел-блоггинг – журналистика путешествийНаправление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведениеНаправленность: профиль«Международные отношения»Форма обучения: очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Тип	Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.	Адрес нахождения электронного	Кoeffициент
		очная	очно-заочная	заочная				
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Основная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;Для изучения теории;	2			Ильченко, С. Н. Современная трэвел-журналистика : учебное пособие : [16+] / С. Н. Ильченко. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. – 345 с. - https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=596646	1	https://biblioclub.ru	1.00

Дополнительная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;	2			Богданова, М. Школа контента: создавайте тексты, которые продают / Майя Богданова. - Москва : Альпина Паблишер, 2019. - 256 с. - https://znanium.com/catalog/product/1078489	1	http://www.znanium.com	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;	2			Богданова, М. Я - копирайтер: Как зарабатывать с помощью текстов : практическое руководство / М. Богданова. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 208 с. - https://znanium.com/catalog/product/1905850	1	http://www.znanium.com	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО;Для выполнения практических занятий;	2			Янбеков, Р. М. TikTok без танцев: Снимай, продавай, зарабатывай : практическое руководство / Р. М. Янбеков. - Москва : Альпина Паблишер, 2022. - 510 с. - https://znanium.com/catalog/product/1904852	1	http://www.znanium.com	1.00

Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий;	2			Сенаторов, А. Telegram: как запустить канал, привлечь подписчиков и заработать на контенте : [12+] / А. Сенаторов ; ред. А. Сайдашева ; науч. ред. Р. Губер. – Москва : Альпина Паблишер, 2018. – 160 с. https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=570463	1	https://biblioclub.ru	1.00
Дополнительная литература	Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий;	2			Хуркман, А. В. Цветокоррекция. Кинопроизводство и видео : руководство / А. В. Хуркман ; перевод с английского И. Л. Люско. — Москва : ДМК Пресс, 2020. — 758 с. — https://e.lanbook.com/book/140573	1	http://www.e.lanbook.com	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 7 и 9 - библиотекой								

Составил:

_____ Хайретдинова О.А.

Год приема 2023 г.

СВЕДЕНИЯ**об обеспеченности дисциплины учебно-методическими изданиями**Наименование дисциплины: (44223)(44223)Тревел-блоггинг – журналистика путешествийНаправление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведениеНаправленность профиль«Международные отношения»Форма обучения очная;Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Назначение учебных изданий	Семестр			Библиографическое описание	Кол-во экз.		Адрес нахождения электронного	Коэффициент
	очная	очно-заочная	заочная		Всего	в том числе		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
Для выполнения СРО; Для выполнения практических занятий;	2			Тревел-блоггинг - журналистика путешествий : учебно-методическое пособие по выполнению практической и самостоятельной работы / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. О. А. Хайретдинова. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 37 Кб. http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Khairtdinova15482.pdf	1	0	http://bibl.rusoil.net	1.00
Примечание – Графы 1-5,8 заполняются кафедрой, графы 6,7 и 9 - библиотекой								

Составил:

_____ Хайретдинова О.А.

—
Год приема 2023 г.

Приложение Б

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

УТВЕРЖДАЮ

Директор ИЭС

_____ Н.З. Солодилова
29.06.2023

**Фонд оценочных средств по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
(44223)Тревел-блоггинг – журналистика путешествий**

Направление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность: профиль «Международные отношения»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Трудоемкость дисциплины: 3 з.е. (108час)

Уфа 2023

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине разработал (и):

_____ Хайретдинова О.А.

—
Рецензент

_____ д-р ист. наук, проф. Матвеева Л.Д.

—
ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине рассмотрен и одобрен на заседании кафедры Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);, обеспечивающей преподавание дисциплины 25.01.2023, протокол №11.

Заведующий кафедрой Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ); _____ Л.Д. Матвеева

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ _____ С.Д. Галиуллина

Год приема 2023 г.

ФОС по текущей успеваемости и промежуточной аттестации по дисциплине
зарегистрирован 08.06.2023 № 6 в отделе МСОП и внесен в электронную базу данных

1. Паспорт фонда оценочных средств

№ п/п	Контролируемые разделы (темы) дисциплины	Шифр результата обучения	Результат обучения	Индикатор достижения компетенций	Показатели достижения результатов освоения компетенций	Вид оценочного средства
1	Развитие тревел-блога	З(ПК-1-БРА-22)	Составляющие процесса создания мультимедиа-контента от планирования до публикации на различных платформах, особенностях работы в рамках различных функциональных ролей, а также о специфике наиболее распространенных мультимедиа-форматов и методологии представления информации в сети Интернет.	ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду	называет глобальные тренды и тенденции развития общества, актуальные темы для тревел-блогинга с учетом интересов разных целевых аудиторий, современные методы и инструменты развития профессиональных коммуникационных каналов в сети Интернет	Письменный и устный опрос Тест
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	называет основные этапы разработки, реализации и развития блога, генерирует идеи для развития коммуникационных каналов, публикации мультимедиа-контента в сети Интернет с учетом маркетинговых целей и задач, потребностей целевой аудитории	Письменный и устный опрос Тест
		У(ПК-1-БРА-22)		ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную	анализирует современные информационные каналы и оценивает качество изложения контента, эффектив-	Письменный и устный опрос Тест

				среду	ность донесения информации до целевой аудитории, разрабатывает стратегию и тактики развития информационного канала с учетом глобальных трендов и тенденций развития цифровых коммуникаций в мире	
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	генерирует идеи для создания образа блога или персонажа информационного канала для решения маркетинговых задач, проектирует концепцию блога или корпоративного информационного канала с учетом маркетинговых задач и интересов целевой аудитории	Письменный и устный опрос Тест
				ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду	анализирует востребованные форматы и сочетания мультимедиа для удержания внимания аудитории	Письменный и устный опрос Тест
				ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики	создает контент для публикации, использует различные форматы представления информации (текст, фото, видео, звук, иллюстрация, инфографика).	Письменный и устный опрос Тест
5	Создание мультимедиа-контента	В(ПК-1-БРА-22)				

2. Перечень оценочных средств для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине

п/п	Вид оценочного средства	Краткая характеристика оценочного средства	Представление оценочного средства в фонде	Шкала оценки
1	2	3	4	5
1	Письменный и устный опрос	Оценочное средство для текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации. Позволяет выявить и восполнить пробелы в знаниях; повторить, закрепить, систематизировать материал; оценить знания, умения, теоретические и практические навыки; определить уровень сформированных у студентов компетенций по дисциплине (модулю)	Совокупность вопросов, заданий, упражнений, тестов для выполнения контрольных работ, домашних заданий, РГР и иных учебных работ. Комплект билетов для текущей и промежуточной аттестации	оценка «<i>отлично</i>» выставляется обучающемуся, если Проблема раскрыта с привлечением большого объема литературы по теме. Представленная информация систематизирована, логически связана, изложена последовательно. Все выводы обоснованы. Ответы на вопросы полные, подтвержденные примерами. В речи отмечается высокий уровень качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата. Профессиональные понятия по теме представлены с использованием терминов. оценка «<i>хорошо</i>» выставляется обучающемуся, если Проблема раскрыта. Представленная информация систематизирована и изложена последовательно. Не все выводы сделаны и / или обоснованы. Ответы на вопросы полные и / или частично полные. В речи отмечается хороший уровень качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата. Профессиональные понятия по теме представлены в основном с использованием терминов. оценка «<i>удовлетворительно</i>» выставляется обучающемуся, если Проблема раскрыта не полностью. Представленная информация не систематизирована. Выводы не сделаны и / или не обоснованы. Ответы только на элементарные вопросы. В речи отмечается средний уровень качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата. Основной объем профессиональных понятий по теме представлен без использования терминов. оценка «<i>неудовлетворительно</i>» выставляется обучающемуся, если Проблема не раскрыта. Представляемая информация логически не связана. Выводы отсутствуют. Нет ответов на вопросы. В речи отмечается низкий уровень качеств, которые оказывают наилучшее воздействие на адресата: точность, полнота, выразительность, разнообразие, правильность и др. Профессиональные термины не использованы.
2	Тест	Система стандартизированных	Фонд тестовых заданий.	оценка « <i>отлично</i> » выставляется обучающемуся, если 90-

		заданий, позволяющая автоматизировать процедуру измерения уровня знаний и умений обучающегося.		100% правильных ответов от общего объема тестовых заданий. оценка «хорошо» выставляется обучающемуся, если 80-89% правильных ответов от общего объема тестовых заданий. оценка «удовлетворительно» выставляется обучающемуся, если 70-79% правильных ответов от общего объема тестовых заданий. оценка «неудовлетворительно» выставляется обучающемуся, если 69% и менее правильных ответов от общего объема тестовых заданий.
--	--	--	--	--

Приложение В

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования
«Уфимский государственный нефтяной технический университет»

Письменный и устный опрос.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

1. Особенности и характеристика российской блогосферы.
2. Сторителлинг в блогинге: основные приемы и методика захватывающего контента.
3. Выбор мест для путешествий для travel-блогинга.
4. Контент для блога: Виды и качество контента. Тексты. Фото. Видео. Иллюстрация материалов.
5. Разработка концепции и написание эффективных текстов.
6. Правила мобильной фото-съемки для travel-блогинга.
7. Правила профессиональной фото-съемки для travel-блогинга.
8. Правила мобильной видео-съемки для travel-блогинга.
9. Правила профессиональной видео-съемки для travel-блогинга.
10. Инструменты и программы для мобильного видео-монтажа.
11. Принципы видео-монтажа и создания репортажных сюжетов.
12. Цветокоррекция: правила работы с цифровыми медиа.
13. Как продвигать блог и зарабатывать: Онлайн и оффлайн методы продвижения.

Пример билета для проведения диф.зачета:

Билет №1

Вопрос 1. Инструменты и программы для мобильного видео-монтажа.

Вопрос 2. Цветокоррекция: правила работы с цифровыми медиа.

Вопрос 3. Как продвигать блог и зарабатывать: Онлайн и оффлайн методы продвижения.

Пример ответа на вопросы билета:

Вопрос 1. Формат видео уже не первый год находится во главе всех маркетинговых и рекламных трендов. Главное отличие современных роликов — их нативность и простота. Люди стали больше ценить искренние видео, например, отзывы и распаковки от первого лица сейчас получают самые большие конверсии. Профессиональные и чересчур “вылизанные” видео, где каждый кадр идеально выверен и спродюсирован, наоборот, вызывают отторжение и ощущение “фейковости”. К тому же, инфоповоды сменяют друг друга с невероятной скоростью, реагировать и снимать ситуативный контент надо так же быстро — иначе шанс на высокие конверсии будет упущен. Поэтому агентства стали отдавать предпочтение собственным контент-отделам, чтобы быстро отвечать на тренды. Крупные видеопродакшены теряют актуальность, а крупные бренды чаще используют мобильные видео для своего промоушена. Любой, даже самый маленький бренд, может снять ролик на телефон и получить миллионы просмотров. Если вы занимаетесь собственным бизнесом, то можете также эффективно снимать видео для таргета и соцсетей на смартфон. Для мобильного видео-монтажа активно используются следующие сервисы:

- InShot

Очень популярный бесплатный фото- и видеоредактор с приятным интерфейсом и множеством функций. Идеально подходит для простого монтажа и stop-motion анимации.

- PowerDirector

Универсальный редактор видео для нелинейного монтажа от китайской компании CyberLink. Поддерживается ОС Windows, Android, iOS и MacOS. На ОС Windows PowerDirector работает с Windows XP и выше.

- Go Pro Quik

Видео можно сохранять в личной галерее приложения — это удобно, если вам бывает сложно найти нужный файл среди других. Программа умеет монтировать самостоятельно, подбирая под-

ходящие переходы, эффекты и синхронизируя картинку с музыкальным ритмом.

- Adobe Premiere Rush

Бесплатный видеоредактор для ПК и мобильных устройств, работает довольно быстро, интерфейс минималистичный и стильный — как у большинства продуктов Adobe. Доступен для устройств с ОС macOS, Windows, iOS и Android.

- CapCut - Video Editor

Бесплатное приложение с большим функционалом и возможностями, приятным нативным интерфейсом. Поддерживается Android и iOS.

Вопрос 2. В русском языке словом «цветокоррекция» называют два очень разных процесса. Прежде чем начать, определитесь, что вам нужно. Color correcting — коррекция цвета, или техническая коррекция, которая приводит весь видеоряд к одинаковой цветовой температуре, стандартизирует контраст и яркость. Ее применяют, чтобы уравновесить картинку, привести кадр к естественным и чистым цветам. Если вы снимаете репортажное или документальное кино, интервью или простой видеоблог с «говорящей головой», то вы вполне можете ограничиться этим этапом — скорректировать освещенность и баланс белого, немного выровнять цветовую температуру. Это сохранит реальность картинки, не отнимет много времени и в то же время скроет шероховатости вашего видео.

Color grading — это «раскрашивание» видеоряда в соответствии с режиссерской задумкой, придающее кинопроекту особое настроение и атмосферу. В случае color grading картинка может перекрашиваться в новые, даже неестественные цвета, кардинально менять освещенность или стилизоваться под какой-нибудь цветовой формат («ретро», «сепия», «полароид» и так далее). В большей степени, это творческий, нежели чисто технический процесс. Если вы хотите значительно повысить уровень своих работ, придать видеоряду налет «киношности» или реализовать интересную задумку — экспериментируйте.

Этапы работы

В общем виде процесс цветокоррекции можно разделить на три последовательных части.

1. Технический

Здесь вы готовите материал к работе. После окончания линейного монтажа, нужно осуществить конформ исходного материала в программу для цветокоррекции или в видеоредактор. Как правило, вся работа идет с прокси-файлами, созданными на основе исходника в RAW или другом формате. Они весят гораздо меньше и позволяют экономить аппаратные ресурсы и работать быстрее. На этом этапе очень важно технически правильно создать прокси-файл, чтобы в конце цветокоррекции можно было снова связать его с вашим исходником. Делайте минимум две копии материала на каждом этапе работы — одна для ваших экспериментов, вторая для отправки в архив — это поможет спасти фильм в случае, если творческие задумки уведут вас куда-то «не туда».

2. Первичная цветокоррекция

Это тот самый color correcting, который предполагает получение «нейтрального» изображения.

Сперва нужно убрать очевидные шумы, поправить баланс белого, подкорректировать tint (баланс зеленого и фиолетового), после этого можно приниматься за контроль яркости. Для этого используют осциллограф (waveform), показывающий распределение яркости в кадре на простом и понятном графике.

Установите калибровочные референсные точки самой темной и самой светлой части кадра и выровняйте все остальное пространство в соответствии с ними. Старайтесь не переусердствовать и не «выхолостить» кадр — режиссер и оператор могли сознательно затемнить или переэкспонировать некоторые сцены в соответствии со своей задумкой — если вы приведете все в нулевую нейтраль, этот замысел пропадет.

3. Color grading

Это самый интересный этап, где можно всю развернуть свой талант. Единственного верного рецепта здесь не существует, все колористы предпочитают разные стили и инструменты работы, меняя их время от времени для разных проектов. Вам предстоит найти свой путь и отточить мастерство.

Вопрос 3. Существует большое количество методов продвижения. Поэтому не нужно останавливаться на одном. В качестве примера можно привести тревел блогера Ирину Журавель и ее блог

“Сам себе Колумб”. Сегодня блог Ирины читает большое количество подписчиков. Есть стратегия продвижения, которая приносит результаты. Но начиналось все с малого.

Какие материалы размещаются в блоге? Интересные и полезные статьи по самостоятельным путешествиям - онлайн дневники путешествий, актуальные акции и полезные инструкции. Например, как спланировать путешествие, как пользоваться каучсерфингом или выгодно покупать авиабилеты.

Что используется для продвижения? Соцсети, email-рассылки, вебинары и личное участие в мероприятиях. Размещает фото и интересную информацию в ВК, YouTube и др. соц. сети. В соцсетях проводит конкурсы и розыгрыши призов, размещает интересные фотографии и полезную информацию.

Email-рассылки делаются раз в неделю. Такой график не вызывает раздражения у читателей, поэтому ее письма активно читают. В рассылках дает информацию о новых статьях в блоге и приглашает на вебинары. Также проводит работу с участниками ее курсов.

Блогер регулярно чистит клиентскую базу, оставляет в ней только живых, настоящих и активных подписчиков. Поэтому имеет хорошие показатели по открываемости и кликабельности. Ведется правильный email-маркетинг, поскольку читателей не “забрасывают” письмами. А сочетание email-рассылок с соцсетями дает хорошие результаты.

Рассмотрим основные шаги и советы в продвижении блога.

Шаг 1. Создайте качественный контент

Прежде чем приступить к продвижению и популяризации блога, убедитесь, что вы создаете контент, который интересен и полезен вашей ЦА. Создание контента ради самого контента не поможет продвижению. Ваш блог должен наполняться уникальными материалами, которые отвечают на вопросы пользователей и имеют прямое отношение к вашему продукту или бренду. Помимо интересных и полезных материалов по вашему продукту, публикуйте и “гостевых” авторов. Это разнообразит ваш блог. Также не упускайте возможность использовать ситуативный контент и хайп. А статьи, основанные на сезонных или последних тенденциях и новостях сделают ваш блог актуальным и популярным.

Шаг 2. Продумайте стратегию продвижения

Определяем в каких соцсетях будем размещаться и создаем соответствующие странички.

Составляем email-стратегию. Если все делать правильно, рассылки приносят хороший доход. И работают в любой отрасли. Главное, подобрать оптимальную тактику общения с подписчиками и работать с клиентской базой. Не имеет значения, сколько писем вы отправляете, имеет значение, сколько “живых” подписчиков получают ваши рассылки.

Определяем, каким образом будем совмещать продвижение в соцсетях с рассылками.

Шаг 3. Разберитесь с вашей ЦА

Вы не создадите ценный контент, пока не узнаете, какую пользу ваш блог принесет подписчикам. Проводите исследования целевой аудитории, чтобы лучше понять проблемы своих подписчиков, их желания и болевые точки. Затем адаптируйте свой контент для решения и удовлетворения этих потребностей.

Если вы еще этого не сделали, разработайте анкету для клиентов, чтобы получить правдивую информацию о вашей аудитории. С этими данными вы легко напишете статьи, которые заинтересуют подписчиков и которые будут с удовольствием читать.

Задайте им несколько вопросов при знакомстве. Также анкетирование можно проводить время от времени, если вам необходимо понимать, куда дальше двигаться. Но не перегружайте анкету информацией. Максимум 4-5 вопросов, желательно с вариантами ответов. Определите, как вы планируете монетизировать свой блог. Например, размещать открытую или скрытую рекламу, партнерский контент, проводить вебинары, устраивать игры с призами и т.д. Независимо от методов, ваша клиентская база должна содержать достаточное количество подписчиков и непрерывно пополняться новыми. Так как за год отмирает около 20% - 30% из списка. Чтобы непрерывно получать новые email-адреса, разместите в своем блоге уникальный полезный контент и раздавайте в обмен на емейлы. Или при подписке на блог пообещайте выдать что-то бесплатное и полезное. Количество подписчиков на рассылку значительно увеличится, если они будут знать, что после регистрации им придет какой-то бонус.

В соцсетях размещайте ссылки на свой блог и также рекламируйте “полезность”, которую вы подарите за подписку на вашу рассылку. Подумайте, в чем вы особенно хороши.

Шаг 4. С чего начать общение с подписчиками

Отправляйте первое письмо сразу после регистрации нового подписчика. Приветственное письмо - это ваша возможность подружиться с читателями и представить себя в самом выгодном свете. В приветственном письме (серии писем) вы можете написать кратко о себе, что будете слать в рассылках и с какой периодичностью. А также сразу задать вопросы, чтобы лучше узнать интересы и потребности новых читателей.

Сам себе Колумб в первом письме представляет себя, рассказывает, чем этот блог может быть полезен или интересен любителям путешествий и приглашает присоединиться в соцсетях. Во втором письме можно выложить все свои фишки и преимущества, которые не поместились в первом. Когда человек подписался, у него свежий интерес и он еще способен прочесть (или пробежать глазами) максимум информации. Хотя, существует противоположное мнение, что большинство подписчиков воспринимают первое письмо только как подтверждение подписки и не все будут читать, что там написано. Поэтому, тестируйте различные варианты и выбирайте собственную тактику, исходя из опыта общения с вашей целевой аудиторией.

Шаг 5. Что писать?

Пишите письма так, как будто вы лично общаетесь с каждым читателем. Будьте интересны и полезны. Отправляйте новые статьи из блога или приглашения на вебинары. Если есть архив, можете представлять читателям старые статьи, которые будут интересны читателям. Делайте анонсы, что у вас интересного в планах, интригуйте, придумывайте какие-то активности с призами. Попросите читателей рассказать о себе. Людям нравится внимание к своей персоне. Этим вы обретете постоянных и преданных фолловеров.

Темы рассылок делайте одновременно интригующими и полезными. Используйте прехедер, чтобы дать больше информации о том, что будет в письме.

Нам бы очень хотелось раскрыть великий секрет создания интересных тем, от которых открываемость взлетит до 100%. Но, такого секрета нет. Но есть старое и доброе тестирование, которое покажет, что именно цепляет вашу аудиторию.

Если смотреть статистику рассылок Сам себе Колумб, становится очевидно, что темы, где есть практические советы привлекают больше внимания читателей. Здесь показатели открываемости и кликабельности намного выше.

Например:

[Новое в блоге] Ценовые войны: Таиланд vs Камбоджа

[Новое в блоге] Черная Пятница - что нужно знать

[Новое в блоге] Виза в Камбоджу. Подводные камни и развод.

[Новое в блоге] 10 вариантов, которые подходят для первого путешествия

[Новое в блоге] Февраль в Таиланде. А сколько это стоило?

[Вебинар про Португалию] Встречаемся сегодня в 14.00

[Школа Путешествий] Бесплатный вебинар о Великобритании

Помимо email-рассылок блогер активно проводит работу с подписчиками в соцсетях, что намного усиливает эффект.

Шаг 6. Соцсети

Социальные сети - это отличный способ поделиться содержимым блога в непринужденной и дружеской обстановке. А также пообщаться с читателями и клиентами. Там публикуется полезный, живой контент, лайфхаки, чек-листы, розыгрыши. А подписчики дают фидбек. При размещении сообщений в социальных сетях, обратите внимание на время ваших сообщений, когда больше всего подписчики реагируют на ваши посты. Исследуйте, когда ваша аудитория находится в сети, и размещайте сообщения в этих временных рамках. Соцсети - лучшее место для конкурсов с призами. Во время проведения розыгрышей всегда появляются новые фолловеры. Но конкурсы должны быть реальные с настоящими призами. И не забывайте также информировать об этом в email-рассылках.

Сам себе Колумб регулярно проводит конкурсы и дарит подарки победителям. По этой причине многие наши сотрудники на него подписаны, с удовольствием читают, участвуют в акциях и ис-

пользуют советы в путешествиях. А самая настойчивая сотрудница даже выиграла приз. Поэтому с уверенностью можем подтвердить, что “Сам себе Колумб” проводит настоящие конкурсы и дарит реальные призы.

Ссылка на учебно-методическое пособие: Тревел-блоггинг - журналистика путешествий : учебно-методическое пособие по выполнению практической и самостоятельной работы / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. О. А. Хайретдинова. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 37 Кб.
http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Khairtdinova15482.pdf

Тест.

Перечень вопросов (задач, заданий, тем, комплекта тестовых заданий):

1. Из каких структурных элементов состоит видеоблог?

- а) средства докоммуникативной презентации; (+)
- б) комментарии; (+)
- в) контент; (+)
- г) аватар; (+)
- д) короткое текстовое резюме. (+)

2. Перечислите виды тревел-блогов:

- а) личный блог; (+)
- б) лайфстайл-блог; (+)
- в) персональный блог; (+)
- г) тематический блог; (+)
- д) обезличенный блог;
- е) периодический блог.

3. Перечислите современные форматы тревел-блогов:

- а) сайт;
- б) аккаунт в социальных сетях;
- в) канал на видео- хостинге; (+)
- г) канал в лонгрид- платформах; (+)
- е) подкаст. (+)

4. К какому типу рекламного контента относится определение "Рекламные вставки в начале, середине или конце эпизода — блогер начитывает подводку и делится промокодом. Если даете скидку, ограниченную по времени, учитывайте, что у контента может быть «большой хвост»?

- а) пре-, мид- и пост-роллы; (+)
- б) партнерский эпизод;
- в) эксперт от бренда;
- г) партнерская рубрика;
- д) брендование блога;
- е) обзор;
- ж) product placement.

5. К какому типу рекламного контента относится определение "Регулярный формат внутри нескольких выпусков. Если, например, в каждом эпизоде делитесь планированием поездки в трудно доступные места, сервис по покупке билетов заинтересуется и может проспонсировать такую рубрику»?

- а) пре-, мид- и пост-роллы;
- б) партнерский эпизод;
- в) эксперт от бренда;
- г) партнерская рубрика; (+)
- д) брендинг блога;
- е) обзор;
- ж) product placement.

6. К какому типу рекламного контента относится определение "Блогер обсуждает тему эпизода вместе с приглашенным спикером. Хорошо работает, когда нужно подсветить экспертизу и подход компании, а еще прокачать личный и профессиональный бренд»?

- а) пре-, мид- и пост-роллы;
- б) партнерский эпизод;
- в) эксперт от бренда; (+)
- г) партнерская рубрика;
- д) брендинг блога;
- е) обзор;
- ж) product placement.

7. Какое определение относится к схеме монетизации "Фикс + CPA"?

- а) контент в обмен на товар или услугу;
- б) половина суммы — деньгами, остальное — продуктом;
- в) деньгами и процентом от продаж после кампании; (+)
- г) оплата по договору или устному соглашению.

Ссылка на учебно-методическое пособие: Тревел-блоггинг - журналистика путешествий : учебно-методическое пособие по выполнению практической и самостоятельной работы / УГНТУ, ИЭС, каф. ТГ ; сост. О. А. Хайретдинова. - Уфа : УГНТУ, 2022. - 37 Кб.
http://bibl.rusoil.net/base_docs/UGNTU/IES/Khairtdinova15482.pdf

Аннотация к рабочей программе дисциплины (44223)Тревел-блоггинг – журналистика путешествий

Направление подготовки (специальность): 41.03.01 Зарубежное регионоведение

Направленность: профиль«Международные отношения»

Уровень высшего образования: бакалавриат

Форма обучения: очная;

Кафедра, обеспечивающая преподавание дисциплины: Кафедра туризма, гостиничного и ресторанного сервиса (ТГ);

Компетенции, формируемые в результате освоения дисциплины

ПК-1-БРА-22 Способность генерировать новые идеи для решения задач цифровой экономики в сфере профессиональных интересов:

- ПК-1.1 Анализирует глобальные тенденции развития общества и оценивает их влияние на профессиональную среду
- ПК-1.2 Участвует в формировании идей для развития профессиональной сферы в рамках развития цифровой экономики

Результат обучения

Знать:

ПК-1-БРА-22-1 Составляющие процесса создания мультимедиа-контента от планирования до публикации на различных платформах, особенностях работы в рамках различных функциональных ролей, а также о специфике наиболее распространенных мультимедиа-форматов и методологии представления информации в сети Интернет.

Уметь:

ПК-1-БРА-22-1 Искать, проверять, систематизировать информацию по заданной тематике, работать с источниками информации.
Создавать мультимедиа-контент для публикации в сети Интернет, использовать различные форматы представления информации (текст, фото, видео, звук, иллюстрация, инфографика).
Анализировать результаты своей индивидуальной работы и работы группы.

Владеть:

ПК-1-БРА-22-1 Навыками создания контента в текстовом, фото-, аудио- и видеоформате, компоновке, планирования контента с учетом интересов аудитории и визуализации материалов при помощи современных программных средств.

Краткая характеристика дисциплины

Развитие тревел-блога; Создание мультимедиа-контента;

Трудоёмкость (з.е. / часы)

3 з.е. (108час)

Вид промежуточной аттестации

диф.зачет;

Разработчик(и):

_____ Хайретдинова О.А.

СОГЛАСОВАНО

Заведующий кафедрой МОИВ _____ С.Д. Галиуллина