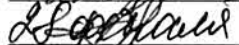


Учреждение образования
«Белорусский государственный университет культуры и искусств»

УТВЕРЖДАЮ

Ректор БГУКИ

 Н.В.Карчевская

 2025 г.

Регистрационный № УД 6-11-1/зуч.

МЕДИЙНАЯ АНАЛИТИКА

*Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности
6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность
Профилизации: Аналитика*

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта высшего образования ОСВО 6-05-0322-01-2023 по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность, утвержденного постановлением Министерства образования Республики Беларусь от 21.08.2023 № 270, учебных планов БГУКИ по специальности 6-05-0322-01 Библиотечно-информационная деятельность

СОСТАВИТЕЛЬ:

Н.Ю.Вайцехович, заведующий кафедрой информационно-аналитической деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

В.А. Касан, профессор кафедры информационных ресурсов и коммуникаций учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств», кандидат педагогических наук, доцент;

Ю.А. Переверзева, заведующий научно-исследовательским отделом библиотекovedения государственного учреждения «Центральная научная библиотека имени Якуба Коласа Национальной академии наук Беларуси», кандидат педагогических наук, доцент

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

кафедрой информационно-аналитической деятельности учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 5 от 24.01.2025);

президиумом научно-методического совета учреждения образования «Белорусский государственный университет культуры и искусств» (протокол № 3 от 26.02.2025).

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Модуль «Создание информационно-аналитической продукции» состоит из учебных дисциплин «Аналитика текста», «Медийная аналитика», «Информационно-аналитические продукты и услуги», «Технологии визуализации информации». Данная учебная программа предназначена для изучения учебной дисциплины «Медийная аналитика».

Медиасреда генерирует растущие объемы информации, которые требуют систематического сбора, обработки и анализа. Умение работать с медиаданными становится важнейшей компетенцией для аналитиков, способных выявлять информационные тренды, оценивать влияние медиа и принимать обоснованные решения.

Медийная аналитика – прикладная учебная дисциплина, направленная на систематический сбор, обработку, изучение и интерпретацию данных из различных медиа-источников (печатных и цифровых СМИ, телевизионных и радиоканалов, веб-сайтов, социальных сетей, аудио- и видеоплатформ и т.д.). Эта дисциплина интегрирует методы и инструменты из таких областей, как статистика, информационные технологии, социология, филология, журналистика и маркетинг, с целью получения ценных данных, поддерживающих принятие управленческих решений в разных сферах деятельности, включая бизнес, медиа, политику, экономику, науку и культуру.

Медиаанализ может проводиться в различных целях: исследование медиа-трендов, изучение влияния медиа на общественное мнение, анализ контента для научных исследований, управление развитием медиаресурсов и медиаиндустрий, оценка воздействия маркетинговых и информационных кампаний, управление репутацией бренда, планирование социально-культурных программ и инициатив. Наиболее распространен медийный анализ для оценки присутствия какого-либо объекта (бренд, организация, персона, продукт) в медиaprостранстве.

В библиотечно-информационной практике медиамониторинг и медиаанализ применяется как компонент информационного обслуживания, а также служит основой повышения качества информационных продуктов и услуг, проведения конкурентного анализа и разработки маркетинговых стратегий, анализа эффективности библиотечно-информационной деятельности.

Учебная дисциплина «Медийная аналитика» является важнейшим компонентом подготовки студентов профилизации «Аналитика», обеспечивая их готовность к решению сложных задач в области анализа медиаданных.

Цель учебной дисциплины – формирование у студентов комплекса устойчивых знаний и практических навыков, необходимых для проведения мониторинга и анализа медиаданных, организации медиааналитических исследований и применения их результатов в управлении медиаресурсами, маркетинговой и библиотечно-информационной деятельности.

Достижение данной цели реализуется посредством решения следующих задач:

- сформировать представление о современном медиaprостранстве, типологии медиаисточников, этапах эволюции и современных тенденциях развития медиаиндустрий;
- обеспечить усвоение основных методов и технологий медийной аналитики, современных инструментов медиамониторинга, количественного и качественного анализа медиаданных;
- сформировать умения и навыки в области проведения медиаисследований в интересах государственных и бизнес-организаций, в том числе, библиотечно-информационных учреждений, применения их результатов в цикле управления медиаресурсами, маркетинговых коммуникаций и стратегического управления.

Учебная дисциплина «Медийная аналитика» содержательно связана с изучением таких учебных дисциплин, как «Аналитика текста», «Информационно-аналитические продукты и услуги», а также требует привлечения компетенций, полученных в результате изучения учебных дисциплин «Теория информации и коммуникации», «Основы информационных технологий».

Освоение учебной дисциплины «Медийная аналитика» обеспечивает формирование у студентов следующей специализированной компетенции: осуществлять анализ информационного и медийного рынка (цифровых текстов и сообщений в открытом доступе, медийных коммуникаций, потребностей пользователей медийных ресурсов) с целью прогнозирования и удовлетворения потребностей пользователей библиотек, продвижения информационных продуктов и услуг в соответствии с принятыми медийными форматами.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

знать:

- подходы к определению медиа, понятие и основные категории медийной аналитики;
- этапы эволюции и современные тренды развития медиаиндустрий в Беларуси и мире;
- виды и жанры медиаконтента и основные методы его анализа;
- ключевые источники аналитических данных для проведения различных видов медиаисследований, их преимущества и недостатки;
- прикладное значение медийной аналитики в бизнес-процессах, системе маркетинговых коммуникаций, управлении медиаресурсами.

уметь:

- применять современные технологии и инструменты сбора, очистки, обработки и анализа медиаданных;
- проводить медиамониторинг и анализ информационного рынка и медиасистем в интересах бизнеса и государственных организаций, СМИ, PR-структур;

- осуществлять верификацию медиаданных, выявлять искажения и фейки;
- применять результаты исследования медиасреды для планирования коммуникационной и контент-стратегии организации, управления брендом, повышения качества и конкурентоспособности медиаресурсов.

владеть:

- навыками контент-анализа, анализа тональности, семантического анализа медиаконтента, дискурсивного и нарративного анализа, анализа репрезентаций в медиасреде;
- методиками и технологиями исследований аудитории медиа, медиаизмерений;
- технологиями аналитики социальных сетей для изучения тем и трендов, взаимодействия с медиаконтентом, вовлеченности аудиторий, медиаполя компаний и брендов;
- технологиями применения медийной аналитики в информационно-аналитическом обслуживании, изучении информационного поведения пользователей, анализе востребованности продуктов и услуг и других аспектах библиотечно-информационной деятельности.

В рамках образовательного процесса по учебной дисциплине студент должен не только приобрести теоретические и практические знания, умения и навыки по специальности, но и развить свой ценностно-личностный, духовный потенциал, сформировать качества патриота и гражданина, готового к активному участию в экономической, производственной и социально-культурной жизни страны.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Медийная аналитика» всего отведено 96 часов, из них 70 часов – аудиторные занятия. Примерное распределение аудиторных часов по видам занятий: лекции – 30 часов, семинарские занятия – 14 часов, практические занятия – 18 часов. Форма проведения текущей аттестации – устный опрос.

Форма проведения промежуточной аттестации – экзамен.

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Введение

Предмет, содержание и задачи учебной дисциплины «Медийная аналитика». Ее место в системе профессиональной подготовки будущего специалиста. Практическая направленность учебной дисциплины. Компетенции, приобретаемые студентами в процессе изучения учебной дисциплины. Основные виды учебных занятий и организация самостоятельной работы студентов. Формы контроля. Характеристика обеспеченности учебной дисциплины учебно-методической документацией.

Тема 1. Понятие и типология медиа

Медиа как социальный феномен. Подходы к определению сущности медиа. Медиа в категориях коммуникационного процесса. Понятие и основные категории медийной аналитики.

Современные подходы к типологии медиа. Традиционные медиа: газеты, журналы, книги, радио, телевидение. Новые медиа (интернет-медиа): веб-сайты, блоги, социальные сети, потоковые видео- и аудиоплатформы и т.п. Ранние этапы развития интернет-медиа: появление веб-сайтов и блогов. Эволюция социальных сетей и интерактивных платформ. Стриминговые сервисы и подкасты. Специфика и особенности интернет-медиа. Профессиональные и любительские подходы к созданию медиаконтента. Тенденции и перспективы развития интернет-медиа в Беларуси.

Социальные и институциональные медиа. Понятие и виды гибридных медиа. Глобальные и локальные медиа. Виды медиа по уровню взаимодействия с пользователем. Форматы и платформы доставки медиаконтента.

Понятие и основные компоненты медиасистемы. Виды современных медиасистем.

Тема 2. Развитие медиаиндустрии

СМИ и их роль в развитии общества. Медиафакторы и современные тенденции развития СМИ. Агентства новостей: современные задачи и функции. Глобальные и национальные агентства новостей: проблемный анализ. Газеты и журналы: современные тренды развития прессы. Радио как медиареволюция: от изобретения до массового вещания. Переход к цифровым технологиям: интернет-радио и подкасты. Телевидение и основные концепции его анализа. Виды ТВ-каналов. Современная аудитория и продукты ТВ.

Медийная концепция книги. Книгоиздание как медиаиндустрия: современное состояние и проблемы.

Кино как искусство и медиаиндустрия. Создание, финансирование и распространение фильмов. Основные виды кино: игровое, документальное, анимационное, экспериментальное. Тренды и перспективы развития киноиндустрии.

Музыкальная индустрия и ее основные элементы. Создание, производство и распространение музыки. Цифровые платформы и технологии. Музыкальные медиасистемы: тенденции и проблемы развития.

Реклама и современная медиасреда. Исторические аспекты становления современной рекламной индустрии. Новые медиа в системах потребления.

Тема 3. Виды и жанры медиаконтента

Взаимосвязь понятий медиаконтента, медиаресурса, медиапродукта. Текстовый контент: новости, статьи, интервью, отчеты, рецензии, эссе и др. Визуальный контент и его специфика: фотографии, иллюстрации, инфографика, мемы и т.п. Видеоконтент: телепрограммы, фильмы и сериалы, видеоблоги, вебинары и образовательное видео, рекламные ролики. Аудиоконтент: радиопрограммы, подкасты, аудиокниги, музыка. Интерактивный контент: статьи, квизы, опросы, игры и приложения, контент, создаваемый для VR и AR технологий. Контент социальных медиа: посты в социальных сетях, истории, комментарии и обсуждения.

Жанры медиаконтента: новостные, аналитические, публицистические, развлекательные, документальные. Особенности создания и примеры информации разных жанров.

Тема 4. Медиамониторинг и медиаанализ

Понятие и задачи медиамониторинга. Информационное поле и его сегменты. Свойства информационного поля. Способы внедрения информации в медиасреду. Этапы искажения информации в медиасреде.

Этапы медиамониторинга: установочная активность; подготовка запроса; сбор данных; сохранение, сегментация, фильтрация данных; анализ и интерпретация данных. Продукты медиамониторинга: сепарирование ленты новостей, полный мониторинг, клипинг, аннотированный/реферированный отчет, справка, сводка, досье, табличный отчет, дашборд.

Понятие и характеристика медиаанализа. Основные показатели, применяемые в медиаанализе. Объекты анализа информационного поля. Виды медиааналитических исследований. Уровни анализа информационного поля. Анализ тематической структуры и ньюсмейкинга. Анализ структуры и динамики интерпретаций. Анализ информационных тенденций, информационные прогнозы. Подготовка аналитической записки, ее структура. Требования к качеству аналитической записки.

Особенности анализа информационного поля темы; тенденций медиасреды; имиджа персоны/организации/региона; повестки дня СМИ, региона; активности конкурентов и др.

Инструменты для медиамониторинга и анализа информационной среды: Hootsuite, Sprout Social, ИнфоМетрика, Медиалогия, Brand Analytics, Крибрум, IQBuzz, Интегрум, Brandwatch и др.

Тема 5. Методика проведения контент-анализа

Характеристика метода контент-анализа, особенности применения, достоинства и ограничения. Виды контент-анализа: количественный и качественный, поисковый и контрольный, направленный и ненаправленный.

Этапы проведения контент-анализа. Определение целей и задач исследования медиасферы. Выбор медиаресурсов и определение временного периода. Сбор и архивация данных. Разработка категорий, единиц анализа и кодировочной системы. Способы кодирования материалов для контент-анализа. Разработка предварительных категорий: тематика, тональность, тип медиа, целевая аудитория, формат медиа, жанр и др. Правила разработки кодов и кодировочной системы. Кодирование материалов. Проведение качественного анализа медиаконтента. Методы количественного анализа: подсчет частот и упоминаний, статистический анализ, сравнительный анализ. Интерпретация и выводы. Представление результатов контент-анализа. Современные инструменты и технологии для качественного анализа данных: text mining, Big Data аналитика, системы семантического анализа и др. Комплексный подход и его значение в проведении контент-анализа медиаресурсов.

Тема 6. Анализ тональности и семантический анализ медиаконтента

Характеристика анализа тональности (sentiment analysis) и семантического анализа (semantic analysis) как методов исследования медиаконтента. Цели анализа тональности и семантического анализа по основным областям применения: научные исследования, образование, маркетинг, коммуникации, социология и политология, бизнес и экономика, культура и искусство, социальные сети и др.

Этапы проведения анализа тональности медиаконтента. Особенности настройки ключевых слов и фраз. Процедура сбора и очистки данных. Инструменты для анализа тональности: TextBlob, VADER, NLTK, Stanford NLP, IBM Watson Tone Analyzer и др. Процедура качественного анализа данных с использованием нейросетей. Особенности анализа тональности текстового и аудиовизуального контента.

Варианты семантического анализа медиатекстов: выявление ключевых тем, оценка значений слов и фраз, понимание контекста использования терминов, восприятие тем и объектов и др. Ключевые метрики. Основные этапы проведения семантического анализа. Модели семантического анализа: семантическая разметка текста, распознавание именованных объектов, анализ частотности, лексический анализ, анализ семантических связей, определение контекста, тематическое моделирование. Технология интент-анализа. Инструменты семантического анализа (WordNet, SpaCy, NLTK, GloVe, BERT и др.).

Проблема верификации данных в семантическом анализе медиаконтента.

Тема 7. Дискурсивный и нарративный анализ медиаконтента.

Анализ фреймов

Дискурсивный анализ (дискурс-анализ) и его применение для изучения медиатекстов. Понятие медиадискурса, способы его выявления и анализа. Этапы проведения дискурсивного анализа медиатекстов. Особенности отбора и анализа текстов. Категоризация и кодирование. Анализ языковых структур, метафор, символов и риторических стратегий, используемых для репрезентации объекта исследования. Связь с социальным и культурным контекстом. Критический анализ дискурса.

Основные аспекты нарративного анализа. Определение и структурные элементы нарратива (сюжет, персонажи, контекст, темы и мотивы). Цели и задачи нарративного анализа медиаконтента. Этапы проведения нарративного анализа. Особенности выбора источников и сбора данных. Анализ структуры повествования, выявление основных сюжетных линий и мотивов. Анализ структурных элементов нарратива. Выводы о структуре и содержании нарратива. Сферы применения нарративного анализа медиасреды.

Фрейм-анализ, характеристика и значение метода в исследовании медиа и коммуникаций. Определение и элементы фрейма. Типы фреймов. Методика анализа фреймов. Особенности выбора источников и сбора данных. Техника выявления фреймов. Лексический, семантический, визуальный и структурный анализ фреймов. Оценка влияния фреймов на восприятие аудитории и формирование общественного мнения.

Тема 8. Анализ репрезентаций и психолингвистический анализ медиаконтента

Характеристика анализа репрезентаций как метода исследования медиаконтента. Сфера применения, цели и задачи метода. Методика проведения анализа репрезентаций в медиа различных явлений, групп и событий. Особенности формулирования исследовательских вопросов, выбора источников и отбора данных. Анализ визуальных и текстовых элементов. Исследование социально-культурного контекста, в котором создаются медиа-репрезентации. Верификация данных для анализа репрезентаций. Интерпретация результатов: выводы о медиа-репрезентациях и их влиянии на восприятие аудитории.

Психолингвистический анализ и его значение в исследовании медиаконтента. Методика проведения психолингвистического анализа. Методы изучения влияния структуры и содержания текстов на когнитивные процессы (восприятие, внимание, память, эмоции). Применение айтрекинга, тестирования, самооценки эмоций, эксперимента и метода фокус-групп. Количественный и качественный подходы в проведении психолингвистического анализа медиаконтента. Применение метода для повышения эффективности рекламных, новостных, аналитических, образовательных, научных, научно-популярных и других текстов в медиасреде.

Тема 9. Исследования аудитории медиа. Медиаизмерения

Значение и цели исследования аудитории массмедиа. Краткая история развития медиаизмерений. Основные концепции и методы исследования аудитории медиа. Демографический и психографический анализ: методы сбора и анализа данных. Количественные методы анализа аудитории: анкетирование, трекеры, панели, веб-аналитика. Качественные методы анализа аудитории: фокус-группы, глубинные интервью.

Медиаметрия в системе СМИ. Зарубежный и белорусский рынки медиаизмерений. Технология проведения медиаизмерений. Методы исследования аудитории телевидения, радио и периодической печати. Измерение рейтингов и охватов. Панельные исследования. Стандартные формы представления результатов прикладных исследований аудитории. Особенности проведения медиаизмерений интернет-СМИ, социальных медиа. Исследование аудитории интернет-медиа. Методы анализа поведения пользователей на веб-сайтах. Популярные рейтинги СМИ и веб-ресурсов: источники данных, технологии их сбора и обработки, методология расчета. Обзор основных инструментов интернет-статистики.

Тема 10. Анализ и управление научно-популярным контентом.

Инфотейнмент

Контент, направленный на объяснение и популяризацию научных знаний, видовая характеристика и форматы представления. Направления анализа научно-популярного контента в масс-медиа: репрезентация научных тем, анализ образовательных и просветительских медиаресурсов, просветительская журналистика, исследование восприятия аудитории, оценка качества научно-популярного контента, сравнительный анализ научно-популярного контента в различных медиа и др.

Инфотейнмент как тип медиаконтента, его основные характеристики. Примеры инфотейнмента: статьи и блоги, сообщества и каналы, видеоблоги, подкасты, телепрограммы и др. Преимущества и недостатки инфотейнмента. Инфотейнмент в образовании и популяризации науки.

Методика анализа научно-популярного контента в масс-медиа. Цели и задачи исследования. Выбор источников, сбор и фильтрация данных. Контент-анализ, анализ форматов, анализ визуального контента. Анализ аудитории. Сравнительный и конкурентный анализ. Интерпретация данных. Подготовка аналитического отчета и презентация результатов.

Применение результатов исследования научно-популярного контента: оптимизация контент-стратегии, улучшение качества контента, персонализация контента. Медиапланирование. Мониторинг и аналитика в системе управления научно-популярным медиаресурсом.

Тема 11. Медийная аналитика в системе управления медиаресурсами

Особенности анализа медиасреды в интересах бизнеса и государственных организаций, СМИ, PR-структур. Применение результатов

исследования медиасреды. Планирование коммуникационной стратегии организации. Улучшение качества контента. Адаптация медиаконтента к потребностям и интересам аудитории. Улучшение пользовательского опыта. Повышение конкурентоспособности медиаресурса. Планирование маркетинговых и рекламных кампаний. Управление репутацией. Стратегическое управление организацией.

Медийная аналитика в системе библиотечно-информационной деятельности: цели и задачи, направления медиааналитических исследований, основные методы и инструменты. Мониторинг упоминаний. Оценка эффективности маркетинговых стратегий. Анализ аудитории и мониторинг вовлеченности. Анализ востребованности медиаконтента, информационных продуктов и услуг. Аналитика сайта. Анализ эффективности социокультурных программ и мероприятий. Медийная аналитика в системе стратегического менеджмента и поддержки управленческих решений.

Разработка и оптимизация коммуникационной и контент-стратегии библиотеки. Контент-план в системе управления медиаресурсами. Технология разработки контент-плана библиотеки.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных занятий			Количество часов УСР	Форма контроля
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия		
	Введение	0,5				
1	Тема 1. Понятие и типология медиа	1,5				
2	Тема 2. Развитие медиаиндустрии	4				
3	Тема 3. Виды и жанры медиаконтента	2		2	2	устный опрос
4	Тема 4. Медиамониторинг и медиаанализ	2	2			
5	Тема 5. Методика проведения контент-анализа	2	4	2	2	практ. задания
6	Тема 6. Анализ тональности и семантический анализ медиаконтента	2	2		2	практ. задания
7	Тема 7. Дискурсивный и нарративный анализ медиаконтента. Анализ фреймов	2	2			
8	Тема 8. Анализ репрезентаций и психолингвистический анализ медиаконтента	2	2			
9	Тема 9. Исследования аудитории медиа. Медиаизмерения	2	2		2	практ. задания
10	Тема 10. Анализ и управление научно-популярным контентом. Инфотейнмент	2	2		2	практ. задания
11	Тема 11. Медийная аналитика в системе управления медиаресурсами	2	4	2	2	практ. задания
	Итого	24	20	6	12	

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Литература

Основная

1. Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : учебно-методическое пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. — Тамбов : ТГУ им. Г.Р.Державина, 2020. — 136 с. — ISBN 978-5-00078-429-7. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/177104>.

2. Медиа : введение : учебник / П. Барвайз, Н. Блейн, О. Бойт-Барретт [и др.] ; ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. — 2-е изд. — Москва : Юнити-Дана, 2017. — 552 с. : ил., табл. — (Зарубежный учебник). — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684921>.

3. Чилингир, Е. Ю. Медиаанализ и медиапланирование : учебно-методическое пособие / Е. Ю. Чилингир. — Москва : РосНОУ, 2019. — 129 с. — ISBN 978-5-89789-136-8. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/162125>.

Дополнительная

1. Баранова, Е. В. Социология массовой коммуникации : учебник / Е. В. Баранова. - Минск : Беларусь, 2024. - 197, [2] с. : табл., ил. ; 22x14 см. - Библиогр.: с. 194-198 и в подстроч. примеч.

2. Воскресенская, Н. Г. Медиаметрические исследования целевой аудитории: методика количественного анализа : учебно-методическое пособие / Н. Г. Воскресенская, Е. Г. Фирулина. — Нижний Новгород : ННГУ им. Н. И. Лобачевского, 2014. — 66 с. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/153142>.

3. Доленко, А. Аналитика маркетинговых коммуникаций в библиотеке / А. Доленко // Университетская книга. - 2021. - № апрель. - С. 41-47.

4. Ильченко, С. Н. Фейковая журналистика. Спецкурс : учебное пособие : [16+] / С. Н. Ильченко. — Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2019. — 309 с. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=500661>.

5. Караваева, Ю. В. Контент-анализ документов : учебное пособие : [16+] / Ю. В. Караваева, С. В. Литвинова ; Липецкий государственный педагогический университет им. П. П. Семенова-Тян-Шанского. — Липецк : Липецкий государственный педагогический университет им. П.П. Семенова-Тян-Шанского, 2020. — 82 с. : ил., табл. — Режим доступа: по подписке. — URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=619328>.

6. Скобелев, В. Л. Медиаметрия : учебное пособие / В. Л. Скобелев. — Санкт-Петербург : СПбГИКиТ, 2021. — 175 с. — ISBN 978-5-94760-492-4. —

Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/415904>.

7. Степанов, В. А. Социальные медиа : учебно-методическое пособие / В. А. Степанов. — Минск : БГУ, 2020. — 115 с. — ISBN 978-985-566-840-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180507>.

8. Юрик, И. В. Мониторинг СМИ в практике информационного обслуживания: от истории к современности / И. В. Юрик // Бібліотечні світ. — 2014. — № 1. — 28-29.

Рекомендуемые педагогические технологии и методы преподавания

Среди эффективных педагогических методов и технологий преподавания, способствующих приобретению студентами теоретических, организационно-методических знаний и умений в области социокультурной деятельности библиотек, выделяются следующие:

- технологии проблемного и развивающего обучения;
- разноуровневое обучение;
- частично-поисковые и исследовательские методы;
- обучение в сотрудничестве;
- разбор кейсов;
- обеспечение адаптивной и креативной активности обучающихся;
- информационно-коммуникативные технологии.

При организации изучения учебной дисциплины «Медийная аналитика» используются следующие формы: внеаудиторная и аудиторная, групповая и индивидуальная.

Рекомендуемые инструменты для диагностики результатов обучения

Для управления образовательным процессом преподавателям рекомендуется использовать систему оценки «портфолио», вариативные модели управляемой самостоятельной работы. Практико-ориентированный подход в обучении обеспечивается оцениваемой индивидуальной и командной работой с ориентацией на личную и творческую реализацию студентов, выполнением практических заданий на базе ведущих библиотек и информационных центров Беларуси.

Для выявления уровня образовательных достижений студентов рекомендуется использовать следующие инструменты:

- устный опрос и мониторинг усвоения текущих материалов;
- выполнение проблемных и исследовательских заданий;
- защита заданий, выполненных на практических занятиях;
- тестирование по отдельным разделам курса;
- проведение анализа медиаполя: информационного поля темы; тенденций медиасреды; имиджа персоны/организации/региона; повестки дня СМИ, региона; активности конкурентов и др.
- проведение качественного и количественного контент-анализа, анализа тональности и семантического анализа медиаконтента;
- анализ медиаконтента разных жанров: новостного, аналитического, публицистического, развлекательного, документального;
- выполнение разноуровневых заданий по верификации и фейк-анализу медиаданных;
- выполнение творческих работ (подготовка обзоров медиаресурсов в секторе музыкальной, кино-, издательской медиаиндустрий, тематических

аналитических обзоров, анализ научно-популярного контента в масс-медиа, разработка контент-планов и т.п.);

– экзамен.

Методические рекомендации по организации и выполнению самостоятельной работы

Цель самостоятельной работы студентов заключается в развитии их интеллектуальных и профессиональных компетенций через углубленное изучение материала, практическое применение знаний и развитие навыков самоорганизации.

Самостоятельная работа по учебной дисциплине включает выполнение проблемных, исследовательских и творческих заданий, направленных анализ медиаполя, контента и аудитории медиа. Задания носят развивающий характер и выстроены от простого к сложному: от заданий по определению видов и жанров медиаконтента до проведения анализа эффективности рекламных кампаний и разработке рекомендаций по улучшению качества медиаконтента и взаимодействия с аудиторией.

При обсуждении результатов СРС особое внимание следует уделить формированию интереса к анализу медиаполя, выявлению медийных трендов, структуры и динамики интерпретаций события и темы, изучению медиаконтента; освоению технологий работы с инструментами сбора и анализа медиаданных, специализированных программ и инструментов для проведения анализа тональности и семантического анализа; пониманию прикладного значения медийной аналитики в бизнес-процессах организаций, маркетинговой и информационно-аналитической деятельности.

При проведении анализа содержания и тональности медиаконтента, анализа информационного поля требуется составление аналитического отчета с использованием средств визуализации информации.

Особое внимание на практических занятиях и при выполнении самостоятельной работы студентов уделяется научно-популярному контенту и медиаресурсам, ориентированным на продвижение научных знаний. В процессе выполнения исследовательских и творческих заданий студенты должны научиться анализировать различные виды научно-популярных медиаресурсов, применять технологии инфотейнмента для их развития и повышения вовлеченности аудитории, использовать результаты медиаанализа для разработки контент-стратегии и контент-плана.

Одной из наиболее эффективных форм самостоятельной работы является разработка и реализация исследовательского проекта. Варианты проектов по медийной аналитике: анализ упоминаний бренда в социальных медиа; анализ тональности новостных статей в определенном сегменте/области; мониторинг общественного мнения на социально значимую тему; исследование медиа-присутствия определенной личности; анализ трендов в медиа-публикациях; мониторинг медиа-активности библиотек, музеев и галерей; анализ популярности культурных мероприятий, литературных произведений, музыкальных жанров и исполнителей, фильмов.

других культурных продуктов и т.п.

Тема проекта выбирается студентами самостоятельно на основе предложенных преподавателем проблемных направлений. При этом необходимо предусмотреть возможность реализации проекта индивидуально и в мини-группах с четким и обоснованным распределением задач.

Примерный перечень тем для управляемой самостоятельной работы студентов по учебной дисциплине

1. Виды и жанры медиаконтента
 2. Методика проведения контент-анализа
 3. Анализ тональности и семантический анализ медиаконтента
 4. Исследования аудитории медиа. Медиаизмерения
 5. Медийная аналитика в системе управления медиаресурсами
 6. Анализ и управление научно-популярным контентом.
- Инфотейнмент

Требования к курсовой работе

Курсовая работа – это творческое и самостоятельное исследование актуальных проблем определенной отрасли науки. Цель написания курсовой работы – развитие у студентов исследовательских, аналитических и коммуникативных навыков, углубление их знаний по выбранной теме и подготовке к будущей профессиональной деятельности. Курсовая работа помогает студентам научиться критически оценивать информацию, систематизировать данные и представлять результаты своего исследования в структурированной и логичной форме.

При написании курсовой работы решаются следующие задачи:

- выбор темы исследования и разработка его плана;
- поиск, анализ и обобщение источников информации по теме исследования, их критическое осмысление;
- обоснование подходов к рассмотрению проблемы исследования, уточнение понятийного аппарата и изложение основных теоретических положений;
- проведение самостоятельного научного исследования;
- анализ и обобщение собранного теоретического и эмпирического материала;
- выявление проблем в состоянии или деятельности объекта исследования и разработка комплекса средств по его усовершенствованию;
- изложение самостоятельных выводов;
- логически грамотное иллюстрирование информации с помощью табличного, графического и иных методов;
- правильное оформление работы.

Тема курсовой работы должна быть согласована с преподавателем и соответствовать тематике учебной дисциплины. Студентам следует иметь в виду, что темы курсовых работ могут быть узкими и широкими. Узкая тема нацелена на глубокое исследование конкретной научной проблемы, широкая – на исследование ряда смежных проблем. Изменение темы курсовой работы допускается в исключительных случаях по обоснованному ходатайству самого студента или по инициативе научного руководителя.

Структура работы включает введение, основную часть (представленную теоретической и практической главами), заключение, список использованной литературы, приложения (при необходимости).

Общий объем работы: 25-30 страниц без учета списка использованной литературы и приложений. Основной текст курсовой работы должен быть набран шрифтом Times New Roman размером 14 пт с полуторным межстрочным интервалом.

Обязателен научный стиль, который обеспечивает точность текста, его логичность, объективность, возможность рассмотрения дискуссионных вопросов. При написании курсовой работы следует избегать общих слов и рассуждений.

Работа над темой предполагает научную организацию труда студента. Она состоит из трех этапов: подготовительного, основного и заключительного.

На подготовительном этапе студент:

- определяет объект, предмет, цель, задачи, структуру и методы исследования;
- осуществляет поиск теоретической и эмпирической информации (поиск источников и составление списка литературы, работа с источниками, разработка инструментария исследования) и определяет ее объем;
- систематизирует отобранный материал, изучает его и подготавливает краткую историографию проблемы исследования;
- составляет план курсовой работы и обсуждает его с научным руководителем.

На основном этапе студент:

- пишет вариант курсовой работы, придерживаясь разработанного плана;
- обсуждает спорные и сложные вопросы с научным руководителем;
- работает над выводами по параграфам и главам;
- корректирует стиль изложения материала, сокращает текст, избавляется от смысловых повторов;
- оформляет иллюстративный (графики, иллюстрации, диаграммы) и научно-справочный аппарат работы (сквозные ссылки, библиографический список);
- корректирует разделы «Введение» и «Заключение»;
- оформляет приложения.

На заключительном этапе студент:

- исправляет работу в соответствии с замечаниями научного руководителя;
- пишет окончательный вариант работы с учетом требований научного оформления;
- представляет курсовую работу к защите.

Критерии оценки результатов учебной деятельности студентов

Отметка	Показатели отметки
1 (один)	Отказ от ответа
2 (два)	Фрагментарные знания в рамках изучаемой дисциплины; неумение использовать терминологию учебной дисциплины; наличие в ответе грубых и логических ошибок; низкий уровень культуры выполнения практических и самостоятельных заданий
3 (три)	Недостаточно полный объем знаний по учебной дисциплине; знание некоторых основных источников, рекомендованных учебной программой дисциплины; использование терминологии учебной дисциплины, однако изложение ответа с существенными ошибками; низкий уровень культуры выполнения практических и самостоятельных заданий
4 (четыре)	Достаточный объем знаний в рамках изучаемой дисциплины; усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины; использование терминологии учебной дисциплины; умение ориентироваться в основных подходах к организации медиаизмерений, анализу медиаконтента и аудитории медиа; допустимый уровень культуры выполнения практических заданий
5 (пять)	Достаточный объем знаний по учебной дисциплине; логичное и правильное изложение ответа на вопросы, умение делать выводы и давать оценки; хорошее владение терминологией учебной дисциплины; знание основных видов и жанров медиаконтента и сегментов медиаполя; достаточно полное усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины; самостоятельная работа на практических занятиях, фрагментарное участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры выполнения заданий
6 (шесть)	Достаточно полные и систематизированные знания в объеме учебной программы; логичное и правильное изложение ответа на вопросы; умение использовать различные методы и инструменты для анализа медиаполя, медиатекстов и аудитории медиа, делать обобщения и обоснованные выводы; хорошее владение терминологией и инструментарием учебной дисциплины; понимание прикладной роли медийной аналитики в бизнес-процессах организаций, редакций, медиаиндустрий; применение современных технологий и инструментов сбора, очистки, обработки и анализа медиаданных; полное усвоение основной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины; активная самостоятельная работа на практических занятиях, периодическое участие в групповых обсуждениях, достаточный уровень культуры выполнения заданий
7 (семь)	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; активное использование терминологии учебной

	дисциплины и процедурных знаний при ответе на вопросы и выполнении стандартных задач; логичное и правильное изложение ответа на вопросы; умение самостоятельно определять методы и инструменты медийного анализа в соответствии с различным типом поставленных задач; умение осуществлять верификацию медиаданных, выявлять искажения и фейки; усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой; активная самостоятельная работа на практических занятиях, участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры выполнения заданий
8 (восемь)	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; активное использование терминологии и процедурных знаний учебной дисциплины при ответе на вопросы и выполнении стандартных и нестандартных научных задач; логичное и правильное изложение ответа на вопросы; высокий уровень самостоятельности и аналитического мышления при анализе медиополя, контента и аудитории медиа; применение полученных знаний для анализа эффективности информационной, социокультурной, маркетинговой деятельности; активная самостоятельная работа на практических занятиях, систематическое участие в групповых обсуждениях, высокий уровень культуры выполнения проблемных и исследовательских заданий
9 (девять)	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы; точное использование терминологии и процедурных знаний при ответе на вопросы и выполнении стандартных и нестандартных задач; знание этапов эволюции и современных тенденциях развития медиаиндустрий; умение организовывать и проводить медианалитические исследования разных видов с использованием современных мониторинговых и аналитических инструментов; владение технологиями применения медийной аналитики в информационно-аналитическом обслуживании, изучении информационного поведения пользователей, анализе востребованности продуктов и услуг; полное усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины; систематическая, активная самостоятельная работа на практических занятиях, активное творческое участие в групповых обсуждениях; высокий уровень культуры выполнения проблемных и исследовательских заданий
10 (десять)	Систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам учебной программы, а также по вопросам, выходящим за ее пределы; точное использование терминологии и процедурных знаний при ответе на вопросы и выполнении стандартных и нестандартных задач; выраженная способность к самостоятельному, творческому и эффективному решению задач медийной аналитики в сфере бизнеса, медиа, науки и образования, культуры, маркетинга, библиотечно-информационной деятельности; полное и глубокое усвоение основной и дополнительной литературы, рекомендованной учебной программой дисциплины, использование при ответе и выполнении

	практических заданий дополнительных источников, научных достижений других дисциплин; систематическая, творческая самостоятельная работа на практических занятиях, активное участие в групповых обсуждениях; высокий уровень выполнения проблемных и исследовательских заданий
--	--