Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 19.04.2023 15:56:49
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования

«Самарский государственный социально-педагогический университет»

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ
_____Н.Н. Кислова

Новые медиа в системе массовой коммуникации

рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой **Литературы, журналистики и методики обучения**

Учебный план ФФ-б19Жз(4г6м)
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **заочная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 16
самостоятельная работа 120
часы на контроль 8

Виды контроля в семестрах:
зачеты 7
зачеты с оценкой 8

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**7(4.1)**		**8(4.2)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	2	2	2	2	4	4
Практические	2	2	2	2	4	4
Лабораторные	4	4	4	4	8	8
В том числе инт.	2	2	2	2	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8	16	16
Контактная работа	8	8	8	8	16	16
Сам. работа	60	60	60	60	120	120
Часы на контроль	4	4	4	4	8	8
Итого	72	72	72	72	144	144

Программу составил(и):

Кветкин Павел Дмитриевич

При наличии обучающихся из числа лиц с ограниченными возможностями здоровья, которым необходим особый порядок освоения дисциплины (модуля), по их желанию разрабатывается адаптированная к ограничениям их здоровья рабочая программа дисциплины (модуля).

Рабочая программа дисциплины

Новые медиа в системе массовой коммуникации

разработана в соответствии с ФГОС ВО:

Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 31.08.2018 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 28.08.2018 г. №1
Переутверждена на основании решения Ученого совета СГСПУ
Протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022 г. №1.
Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП

_____Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: сформировать у обучающихся системное представление о принципах организации новых медиа, особенностях коммуникации в данной среде, ознакомить обучающихся со спектром возможностей применения новых медиа в общественной жизни, сформировать знания о возможностях использования новых медиа в конкретных направлениях будущей профессиональной деятельности обучающихся.

Задачи изучения дисциплины: сформировать у обучающихся понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа; познакомить обучающихся с историей развития новых медиа и теоретическими моделями развития новых медиа; рассмотреть специфику коммуникативного взаимодействия и механизмов влияния в среде новых медиа; определить место и роль новых медиа в структуре СМИ; ознакомить обучающихся с механизмами и проблемами правового регулирования в области новых медиа.

Область профессиональной деятельности: средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.02

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Социальная реклама

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Организация и проведение коммуникационных кампаний

3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-4.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач
Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.
Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.
Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Знает специфику работы с аудиторией новых медиа

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Ретроспектива новых медиа			
	1.1.1. История и перспективы развития новых медиа			
1.1.1	История развития новых медиа/Лек/	7	1	0
1.1.2	Теория сетевого общества/Лаб/	7	2	0
1.1.3	Web 2.0. Перспективы развития новых медиа/Пр/	7	1	0
1.1.4	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации/Ср/	7	30	0
	1.2. Сущность, характеристика и классификация новых медиа как инструментов маркетинга			
1.2.1	Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности/Лек/	7	1	0
1.2.2	Маркетинговые функции новых медиа/Лаб/	7	2	2
1.2.3	Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности/Пр/	7	1	0
1.2.4	Основные виды новых медиа /Ср/	7	30	0
	/Зачет/	7	4	0
	Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа			
	2.1. Источники маркетинговой информации			
2.1.1	Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа /Лек/	8	1	0
2.1.2	Источники информации и технологии маркетинговых исследований в новых медиа /Лаб/	8	2	2
2.1.3	Технологии составления выборок /Пр/	8	1	0
2.1.4	Современное поле новых медиа /Ср/	8	30	0
	2.2. Современные способы продвижения продукции в новых медиа			
2.2.1	Традиционные способы продвижения /Лек/	8	1	0
2.2.2	Инновационные технологии продвижения /Лаб/	8	2	0

2.2.3	Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях /Пр/	8	1	0
2.2.4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями /Ср/	8	30	0
	/Зачет с оценкой/	8	4	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

7 семестр, 1 лекция, 1 практическое занятие, 2 лабораторных занятия

Раздел 1. Ретроспектива новых медиа

Лекция №1 (2 часа)

История развития новых медиа. Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности

Вопросы и задания

1. Ключевые признаки новых медиа и их отличия от традиционных медиа.
2. Основные тенденции развития Интернета в России и соседних странах.
3. Отличия между понятиями «новые медиа», «социальные медиа» и «цифровые медиа».
4. История развития Интернета в мире и в России.
5. Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0.

Практическое занятие №1 (2 часа)

Web 2.0. Перспективы развития новых медиа**.** Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности

Вопросы и задания:

1. Разграничение признаков «новых» и «старых» медиа. Лев Манович «Язык новых медиа».
2. Черты межличностной и массовой коммуникации в электронной коммуникации, ее преимущества и уязвимые места.
3. Новые медиа и смежные понятия (социальные медиа, цифровые медиа). Поиск общего языка аудитории новых медиа.
4. Портрет пользователя в Беларуси и соседних странах (сравнение).
5. Этапы развития Интернета. Декларация независимости киберпространства и ее оценки.
6. Развитие Web 2.0 и принципы ее организации. Перспективы развития Интернета.
7. Сотрудничество в Сети. «Коллективный интеллект» (П.Леви), «краудсорсинг» (Дж.Хау).

Лабораторное занятие №1 (2 часа)

Теория сетевого общества

Вопросы и задания

1. Обзор интернет-сервиса
2. Специфика создания медиатекста на сервисе
3. Особенности адаптации текста для интернета

Лабораторное занятие №2 (2 часа)

Маркетинговые функции новых медиа»

Вопросы и задания

1. Обзор интернет-сервиса
2. Специфика создания медиатекста на сервисе
3. Особенности адаптации текста для интернета

8 семестр, 1 лекция, 1 практическое занятие, 2 лабораторных занятия

Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа

Лекция №1 (2 часа)

Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа. Традиционные способы продвижения

Вопросы и задания

1. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг.
2. Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами».
3. Появление сетевых медиа. Цифровые медиа в России.
4. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете.
5. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики.

Практическое занятие №1 (2 часа)

Технологии составления выборок. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетсях

Вопросы и задания

1. Появление сетевых медиа. Сетевые СМИ в Беларуси.
2. Новые медиа и традиционные СМИ: кто создает и контролирует новости?
3. Новые медиа и организационная структура СМИ. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернет-издании
4. Журналистика в Сети. Журналистика граждан: создание новостей в социальных медиа.
5. Новые медиа и образ жизни.
6. Трансформация публичного и приватного пространства.
7. Просьюмеризм и движение открытого кода.
8. Новые медиа и цифровое неравенство.

Лабораторное занятие №1 (2 часа)

Источники информации и технологии маркетинговых исследований в новых медиа

Вопросы и задания

1. Обзор интернет-сервиса
2. Специфика создания медиатекста на сервисе

3. Особенности адаптации текста для интернета

Лабораторное занятие №2 (2 часа)

Инновационные технологии продвижения

Вопросы и задания
1. Обзор интернет-сервиса
2. Специфика создания медиатекста на сервисе

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
2	Основные виды новых медиа	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
3	Современное поле новых медиа	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий
4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий	Изучить литературу, данную в списке, по соответствующим разделам. Конспекты соответствующих разделов учебных пособий и монографий

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Основные виды новых медиа	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Современное поле новых медиа	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины.
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бриггз А.	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 – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00960-7. – Текст : электронный.	Москва : Юнити, 2017. – 552 с.
Л1.2	Нуралиев, С.У	Маркетинг : учебник / С. У. Нуралиев, Д. С. Нуралиева. – Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с. : ил. – (Учебные издания для бакалавров). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=573174 – Библиогр. в	Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с.

		кн. – ISBN 978-5-394-02115-2. – Текст : электронный.	
6.1.2. Дополнительная литература			
	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Калмыков А.А.	Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 99 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741 – ISBN 978-5-4475-6072-0. – Текст : электронный.	Москва, Берлин:Директ-Медиа, 2016. – 99 с.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite
- GIMP
- Microsoft Office 365 Pro Plus - subscription license (12 month) (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher, Skype for Business, OneDrive, SharePoint Online)
- Microsoft Windows 10 Education
- XnView
- Архиватор 7-Zip

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, лабораторных занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации, помещение для хранения и профилактического обслуживания учебного оборудования, Медиалаборатория. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценка результатов обучения по дисциплине строится в соответствии с балльно-рейтинговой картой. По окончании изучения дисциплины у каждого студента должно сложиться портфолио из оформленных конспектов по темам практических занятий, работ, подготовленных в рамках самостоятельной работы докладов-презентаций.

Организация изучения дисциплины строится с использованием интерактивных форм обучения. Основная задача преподавателя сводится к отслеживанию новых трендов в области массовой информации, демонстрации видеотрансляций конференций и форумов, посвящённых новым медиа. Доклад, в данном случае, должен представлять самостоятельную авторскую работу, а не скупой реферативный текст. Не допускается использование интернет-энциклопедии Wikipedia, за цитирование подобных источников обязательно снижение баллов.

Приложение

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

Курс 4 Семестр 7

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Ретроспектива новых медиа			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Ретроспектива новых медиа			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
	Итого:	**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Ретроспектива новых медиа**»**			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы: История развития новых медиа Теория сетевого общества Web 2.0. Перспективы развития новых медиа Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа

2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 20	Темы: Развитие онлайновой журналистики и коммуникации Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Подготовка аналитических докладов по следующим темам: Принципы представления реальности на информационных порталах Рунета. Youtube и феномен коммуникации при помощи видеороликов. Изучение комментариев к новостным ресурсам: возможности дискурс-анализа. Культура социальных сетей. Феномен гражданского активизма в Сети. Культура виртуальной личности в Интернете. Максимальное количество баллов – 6 баллов	
Текущий контроль по разделу «Ретроспектива новых медиа**»**			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы: Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Маркетинговые функции новых медиа Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых меди
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 2.1-2.4 6 баллов.	Темы: Основные виды новых медиа

		Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: А/Б-тестирование Агрегатор Адаптивный дизайн Админка Атомизированный контент Виртуальная реальность Вовлечение Демассовизация медиа Двухскоростная журналистика Дополненная реальность Дроны (беспилотники)	Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2.1. – 2 балла. 2.2. – 2 балла. 2.3. - 2 балла.	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	

Курс 4 Семестр 8

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Маркетинговые инструменты новых медиа			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Маркетинговые инструменты новых медиа			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
	Итого:	**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Маркетинговые инструменты новых медиа**»**			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы: Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа Источники информации и технологии маркетинговых исследований в новых медиа Технологии составления выборок Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов - 20	Тема: Современное поле новых медиа Образовательные результаты:

			Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 3.1-3.4. 6 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов Журналистика "быстрого взгляда" (некликабельная журналистика) Журналистика данных (data-journalism) Журналистика объяснений (объяснительная журналистика) Журналистика скриншота Карточки Кибербезопасность Конвергенция Конвергентный (интегрированный) ньюсрум Контент	
Текущий контроль по разделу «Маркетинговые инструменты новых медиа**»**			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы: Традиционные способы продвижения Инновационные технологии продвижения Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 4.1-4.4 6 баллов.	Тема: Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых

		Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медиаграмотность Медиа-квинтет Мероприятия (ивенты, events) Миллениал Монетизация Мультиплатформенный Мультиплатформенное издательство Пейвол, платный доступ к контенту, "платная стена" (paywall) Подкаст Покупки внутри приложений (In-app purchases) Приложение (app) Приложение "второго экрана" (second screen app) Программатик (programmatic ads) Процент отказов (bounce rate)	задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 4.1. – 2 балла. 4.2. – 2 балла. 4.3. - 2 балла.	Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории. Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 1 баллу.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	