Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 10.04.2025 07:52:18
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-б20Жо(4г)
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 58
самостоятельная работа 86

Виды контроля в семестрах:
зачеты 5
зачеты с оценкой 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**5(3.1)**		**6(3.2)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	10	10	18	18
Практические	10	10	12	12	22	22
Лабораторные	10	10	8	8	18	18
В том числе инт.	6	6	6	6	12	12
Итого ауд.	28	28	30	30	58	58
Контактная работа	28	28	30	30	58	58
Сам. работа	44	44	42	42	86	86
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 30.08.2019 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 27.08.2019 г. №1
Переутверждена на основании решения Ученого совета СГСПУ
Протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022г. №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. История и перспективы развития новых медиа			
1.1.1	История развития новых медиа/Лек/	5	4	2
1.1.2	Теория сетевого общества/Лаб/	5	4	0
1.1.3	Web 2.0. Перспективы развития новых медиа/Пр/	5	6	0
1.1.4	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации/Ср/	5	22	2
	1.2. Сущность, характеристика и классификация новых медиа как инструментов маркетинга			
1.2.1	Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности/Лек/	5	4	0
1.2.2	Маркетинговые функции новых медиа/Лаб/	5	6	2
1.2.3	Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности/Пр/	5	4	0
1.2.4	Основные виды новых медиа /Ср/	5	22	0
	Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа			
	2.1. Источники маркетинговой информации	**6**		
2.1.1.	Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа /Лек/	6	6	2
2.1.2	Источники информации и технологии маркетинговых исследований в новых медиа /Лаб/	6	4	0
2.1.3	Технологии составления выборок /Пр/	6	6	0
2.1.4	Современное поле новых медиа /Ср/	6	20	2
	2.2. Современные способы продвижения продукции в новых медиа			
2.2.1	Традиционные способы продвижения /Лек/	6	4	0

2.2.2	Инновационные технологии продвижения /Лаб/	6	4	0
2.2.3	Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях /Пр/	6	6	0
2.2.4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями /Ср/	6	22	2

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

5 семестр, 4 лекции, 5 практических занятий, 5 лабораторных занятий

Раздел 1. Ретроспектива новых медиа

Лекция №1-2 (4 часа)

История развития новых медиа

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».

Лекция №3-4 (4 часа)

Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности

Вопросы и задания

1. История развития Интернета в мире и в России.

2.Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0.

Практическое занятие №1-3 (6 часов)

Web 2.0. Перспективы развития новых медиа»

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).

Практическое занятие №4-5 (4 часа)

Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности»

Вопросы и задания

1. Этапы развития Интернета. Декларация независимости киберпространства и ее оценки.

2. Развитие Web 2.0 и принципы ее организации. Перспективы развития Интернета.

3. Сотрудничество в Сети. «Коллективный интеллект» (П.Леви), «краудсорсинг» (Дж.Хау).

Лабораторное занятие №1-2 (4 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 №3-5 (6 часов)

Маркетинговые функции новых медиа»

Вопросы и задания

1. Обзор интернет-сервиса

2. Специфика создания медиатекста на сервисе

3. Особенности адаптации текста для интернета

6 семестр, 5 лекции, 5 практических занятий, 4 лабораторных занятий

Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа

Лекция №1-3 (6 часов)

Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа

Вопросы и задания

1. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг.

2.Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами».

Лекция №4-5 (4 часа)

Традиционные способы продвижения

Вопросы и задания

1. Появление сетевых медиа. Цифровые медиа в России.

2.Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете.

3. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики.

Практическое занятие №1-3 (6 часов)

Технологии составления выборок

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.

Практическое занятие №4-6 (6 часов)

Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях

Вопросы и задания
1. Новые медиа и образ жизни.
2. Трансформация публичного и приватного пространства.
3. Просьюмеризм и движение открытого кода.
4. Новые медиа и цифровое неравенство.

Лабораторное занятие №1-2 (4 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 №3-4 (4 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 кн. – ISBN 978-5-394-02115-2. – Текст : электронный.	Москва : Дашков и К°, 2018. – 362 с.

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, Teams, OneDrive, Yammer, Stream, 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 обучающегося 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 3 Семестр 5

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: Теория сетевого общества Web 2.0. Перспективы развития новых медиа Образовательные результаты: 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.
2	Самостоятельная работа	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 20	Темы: Развитие онлайновой журналистики и коммуникации Образовательные результаты:

	(обязательные формы)		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.
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	Темы: Развитие онлайновой журналистики и коммуникации
Текущий контроль по разделу «Ретроспектива новых медиа»			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Темы: Маркетинговые функции новых медиа Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Образовательные результаты: 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.
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 2.1-2.4 6 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: А/Б-тестирование Агрегатор Адаптивный дизайн Админка Атомизированный контент	Тема: Основные виды новых медиа Образовательные результаты: 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.

		Виртуальная реальность Вовлечение Демассовизация медиа Двухскоростная журналистика Дополненная реальность Дроны (беспилотники)	
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 3 Семестр 6

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: Источники информации и технологии маркетинговых исследований в новых медиа Технологии составления выборок Образовательные результаты: Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа Знает место новых медиа в интернет-маркетинге
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов - 20	Тема: Современное поле новых медиа Образовательные результаты: Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа Знает место новых медиа в интернет-маркетинге
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	Тема: Современное поле новых медиа

		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.	
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 4.1-4.4 6 баллов. 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)	Темы: Инновационные технологии продвижения Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях Образовательные результаты: Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа Знает место новых медиа в интернет-маркетинге
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 4.1. – 2 балла. 4.2. – 2 балла. 4.3. - 2 балла.	Тема: Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями Образовательные результаты: Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа Знает место новых медиа в интернет-маркетинге
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