Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 14.08.2023 15:11:28
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 маркетинге

## рабочая программа дисциплины (модуля)

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

Учебный план ФФ-б23Жо(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, Леликова Алина Андреевна**

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 маркетинге**

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 28.10.2022 протокол № 4.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Литературы, журналистики и методики обучения**

Протокол от 25.10.2022 г. №3
Зав. кафедрой О.М. Буранок

Начальник УОП
_____Н.А. Доманина

## 1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

**Цель изучения дисциплины:** овладение теоретическими знаниями и практическими навыками использования новых медиа в маркетинговой деятельности.

**Задачи изучения дисциплины:**

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

**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**

Знает место новых медиа в интернет-маркетинге

**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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа

## 4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

| Код занятия | Наименование разделов и тем /вид занятия/ | Семестр | Часов | Интеракт. |
|---|---|---|---|---|
| | **Раздел 1. Теоретический аспект** | | | |
| 1.1. | Социальный медиапейзаж /Лек/ | 5 | 8 | 4 |
| 1.2. | Обзор задач маркетинга /Пр/ | 5 | 10 | 2 |
| 1.3 | Обзор трендов в SMM /Лаб/ | 5 | 10 | 0 |
| 1.4. | Задачи SMM /Ср/ | 5 | 44 | 0 |
| | **Раздел 2. Практический аспект** | | | |
| 2.1 | Методы и способы SMM /Лек/ | 6 | 10 | 4 |
| 2.2 | Инструменты SMM/Лаб/ | 6 | 12 | 2 |
| 2.3 | Технологии составления выборок /Пр/ | 6 | 8 | 0 |
| 2.4 | Разработка и реализация SMM-проекта /Ср/ | 6 | 42 | 0 |

## 5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

### 5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

**5 семестр**

**Раздел 1. Теоретический аспект**

Лекция №1-4 (8 часов)

Социальный медиапейзаж

Вопросы и задания
1. Социальные сети как социальное явление.
2. Информационная эпоха.
3. Основные механизмы работы социальных сетей».
4. Типизация социальных сетей.
5. Пользовательский контент.
6. Покупательское поведение и социокультурные особенности российского потребителя.

Практическое занятие №1-5 (10 часов)

Обзор задач маркетинга.

Вопросы и задания
1. Цели и задачи маркетинга.
2. Численный маркетинг.
3.Контент-стратегия.
4. Поиск идей, контент-план
5. План маркетинговых коммуникаций.

Лабораторная работа №1-5 (10 часов)
Обзор трендов SMM.

Вопросы и задания
1. Источники получения информации о новых идеях SMM
2. Стена проекта

**6 семестр**
**Раздел 2. Практический аспект**
Лекция №1-5 (10 часов)
Методы и способы SMM

Вопросы и задания
1. Создание, оформление, наполнение материалами блогов на разных платформах.
2.Продвижение блога
3.Информационные сообщение в тематических сообществах.
4. Работа с популярными форумами.
5. Ведение дискуссии от имени компании.
6. Прямая реклама в тематических сообществах.
7. Вирусный маркетинг.
8. Мониторинг позитивной и негативной информации.
9. Оптимизация интернет-ресурсов под социальные медиа.

Лабораторная работа №1-6 (12 часов)
Инструменты SMM

Вопросы и задания
1. Построение конвейера контента.
2.Редакционный поток контента.
3. Создание контента.
4. Дистрибуция контента
5. Инструменты управления редакционной работой.
6. Обзор современных инструментов SMM.
7. Чек-лист запуска SMM.

Практическое занятие №1-4 (8 часов)
Технологии составления выборок

Вопросы и задания
1. Декомпозиция задач.
2. Планирование затрат ресурсов.
3. Юнит-экономика.
4. Воронка продаж.

**5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)**

**Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине**

| № п/п | Темы дисциплины | Содержание самостоятельной работы | Продукты деятельности |
|---|---|---|---|
| 1 | Задачи SMM | 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 | Разработка и реализация SMM-проекта | 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 | Задачи SMM | Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий | Выступление с сообщением на практическом занятии |
| 2 | Разработка и реализация SMM-проекта | 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 маркетинге»

Курс 3 Семестр 5

| Вид контроля | | Минимальное количество баллов | Максимальное количество баллов |
|---|---|---|---|
| Теоретический аспект | | | |
| Текущий контроль по разделу: | | | |
| 1 | Аудиторная работа | 4 | 12 |
| 2 | Самостоятельная работа (специальные обязательные формы) | 10 | 40 |
| 3 | Самостоятельная работа (специальные формы на выбор) | 6 | 24 |
| Контрольное мероприятие по разделу | | 8 | 24 |
| Промежуточный контроль | | 28 | 100 |
| 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 «**Теоретический аспект**»** | | | |
| 1 | Аудиторная работа | Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12. | Темы 1.1 – 1.4.<br><br>Образовательные результаты:<br>Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач<br>Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.<br>Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.<br>Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. |
| 2 | Самостоятельная работа (обязательные формы) | Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 40 | Темы 1.1 – 1.4.<br><br>Образовательные результаты:<br>Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач<br>Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.<br>Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.<br>Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. |

| | | | |
|---|---|---|---|
| 3 | Самостоятельная работа (на выбор) | Подготовка аналитических докладов по следующим темам:<br><br>Принципы представления реальности на информационных порталах Рунета.<br>Youtube и феномен коммуникации при помощи видеороликов.<br>Изучение комментариев к новостным ресурсам: возможности дискурс-анализа.<br>Культура социальных сетей.<br>Феномен гражданского активизма в Сети.<br>Культура виртуальной личности в Интернете.<br><br>Максимальное количество баллов – 24 балла | Темы 1.1 – 1.4.<br><br>Образовательные результаты:<br>Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач<br>Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.<br>Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа.<br>Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. |
| Контрольное мероприятие по разделу | | Тест из 12 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам. | |
| Промежуточный контроль (количество баллов) | | Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 100 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 |
|---|---|---|---|
| Практический аспект | | | |
| Текущий контроль по разделу: | | | |
| 1 | Аудиторная работа | 4 | 12 |
| 2 | Самостоятельная работа (специальные обязательные формы) | 10 | 40 |
| 3 | Самостоятельная работа (специальные формы на выбор) | 6 | 24 |
| Контрольное мероприятие по разделу | | 8 | 24 |
| Промежуточный контроль | | 28 | 100 |
| 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 – 12. | Тема 2.1-2.4.<br>Образовательные результаты:<br>Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа<br>Знает место новых медиа в интернет-маркетинге |
| 2 | Самостоятельная работа (обязательные формы) | Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда»<br>Максимальное количество баллов - 40 | Тема 2.1-2.4<br>Образовательные результаты:<br>Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа<br>Знает место новых медиа в интернет-маркетинге |
| 3 | Самостоятельная работа (на выбор) | Словарная работа по вопросам из плана практического занятия - 24 балла.<br>Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов<br>Журналистика "быстрого взгляда" (некликабельная журналистика)<br>Журналистика данных (data-journalism)<br>Журналистика объяснений (объяснительная журналистика)<br>Журналистика скриншота<br>Карточки<br>Кибербезопасность<br>Конвергенция<br>Конвергентный (интегрированный) ньюсрум<br>Контент | Тема 2.1-2.4<br>Образовательные результаты:<br>Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа<br>Знает место новых медиа в интернет-маркетинге |
| Контрольное мероприятие по разделу | | Тест из 12 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам. | |
| Промежуточный контроль (количество баллов) | | Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 100 баллов | |
| Промежуточная аттестация | | Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине | |