Документ подписан профиньниственство просвещения РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 19.0 « Оамарский государственный социально-педагогический университет»

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008693d5726b159hf6064f865ae65b96a966c035 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-б22Ж3(4г6м)

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль) «Конвергентная журналистика»

Квалификация бакалавр

Форма обучения заочная

Общая трудоемкость **43ET**

Часов по учебному плану 144 Виды контроля в семестрах:

в том числе: зачеты 7

зачеты с оценкой 8

16 аудиторные занятия 120 самостоятельная работа часы на контроль

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	7(4.1)		8(4.2)		Из	Итого	
Вид занятий	УΠ	РПД	УΠ	РПД	УΠ	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	

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) «Конвергентная журналистика» Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в маркетинге»

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 24.09.2021 протокол № 2

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Журналистики

Протокол от 30.08.2021 г. №1 Переутверждена на основании решения Ученого совета СГСПУ Протокол заседания Ученого совета СГСПУ от 31.08.2022г. №1.

Начальник УОП Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: овладение обучающимися 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 обучающихся 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 обучающихся 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 Наименование разделов и тем /вид занятия/ Семестр Часов Интеракт. анятия Раздел 1. Теоретический аспект 1.1 Социальный медиапейзаж /Лек/ 7 2 2 1.2 Обзор задач маркетинга /Пр/ 2 2 7 1.3 Обзор трендов в SMM /Лаб/ 7 4 0 1.4 Задачи SMM /Cp/ 7 60 0 7 /Зачет/ 4 0 Раздел 2. Практический аспект Методы и способы SMM /Лек/ 2.1 8 2 2 2.2 Инструменты SMM/Лаб/ 8 4 2 Технологии составления выборок /Пр/ 8 2 0 2.3 2.4 Разработка и реализация SMM-проекта /Cp/ 8 60 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. Теоретический аспект

дел 1. Теоретическии асп Лекция №1 (2 часа)

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 (2 часа)

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 №1-2 (4 часа) Обзор трендов SMM.

Вопросы и задания

- 1. Источники получения информации о новых идеях SMM
- 2. Стена проекта

8 семестр 1 лекция, 1 практическое занятие, 2 лабораторных занятия Раздел 2. Практический аспект

Лекция №1 (2 часа) 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 №1-2 (4 часа) 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 (2 часа) Технологии составления выборок

Сопоружения обязоталь ной сомостояталь ной работы на висини вина

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 д	исциплине на выбор		
NG -/-	Темы	C	Продукты деятельности		

		cogephanic enimocroniculation phooris no A	
№ 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. Y	ЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕ	СПЕЧЕНИЕ
		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.	
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. – 36
		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	1
Aaroba	t Reader DC	or repetend upor purameter votette tellin	

Acrobat Reader DC

- 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.

Балльно-рейтинговая карта дисциплины «Новые медиа в маркетинге»

Курс 4 Семестр 7

	Вид контроля	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Теорети	ический аспект		
Текущи	ий 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
Контро.	льное мероприятие по разделу	8	24
Промея	Промежуточный контроль		100
Промея	куточная аттестация	0	15
	Итого:	56	100

	Виды контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Tei	сущий контроль по раз,	делу «Теоретический аспект»	
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12.	Темы 1.1 – 1.4.
			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	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа.	Темы 1.1 – 1.4.
	работа (обязательные	Максимальное количество баллов - 40	
	формы)		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.

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика, направленность (профиль) «Конвергентная журналистика» Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в маркетинге»

3 Самостоятельная	Подготовка аналитических докладов по следующим темам:	Темы 1.1 – 1.4.
работа (на выбор)	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 – 24 балла	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.
Контрольное мероприятие	Тест из 12 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос	
по разделу	приравнивается к 2 баллам.	
Промежуточный контроль	Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и	
(количество баллов)	контрольного мероприятия по модулю и составляет	
	максимально 100 баллов	
Промежуточная Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной		аттестации по дисциплине
аттестация		

Курс 4 Семестр 8

	Вид контроля	Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Практ	ический аспект		
Текуш	ий 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
Контр	ольное мероприятие по разделу	8	24
Проме	жуточный контроль	28	100
Проме	жуточная аттестация	0	15
	Итого:	56	100

	Виды контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Te	кущий контроль по разде	лу «Маркетинговые инструменты новых медиа»	
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12.	Тема 2.1-2.4. 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 - 40	Тема 2.1-2.4 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 практического занятия - 24 балла. 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	Тема 2.1-2.4 Образовательные результаты: Знает методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа Знает место новых медиа в интернет-маркетинге
Контрольное мероприятие		Тест из 12 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2	
Пр (кс	разделу ромежуточный контроль ромежуточная аттестация	баллам. Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 100 баллов Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по ди	менин шине