

Документ подписан простой электронной подписью

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 29.04.2021 16:22:44

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b15008093b3726b1520760e4f865ae65b96a968c655

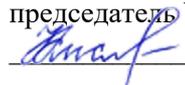
## МИНОБРНАУКИ РОССИИ

федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Самарский государственный социально-педагогический университет»

### Кафедра журналистики

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	<b>Журналистики</b>	
Учебный план	ФФ-620ТСз(4г6м).plx Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»	
Квалификация	<b>бакалавр</b>	
Форма обучения	<b>заочная</b>	
Общая трудоемкость	<b>4 ЗЕТ</b>	
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах: зачеты 7 зачеты с оценкой 8
в том числе:		
аудиторные занятия	16	
самостоятельная работа	120	
часы на контроль	8	

### Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	7(4.1)		8(4.2)		Итого	
	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	2	0	2	0	4	0
Практические	2		2		4	0
Лабораторные	4	0	4	0	8	0
В том числе инт.	2	0	2	0	4	0
Итого ауд.	8	0	8	0	16	0
Контактная работа	8	0	8	0	16	0
Сам. работа	60	0	60	0	120	0
Часы на контроль	4	0	4	0	8	0
Итого	72	0	72	0	144	0

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программа дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

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 42.03.01 Реклама и связи с общественностью (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №512)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»

утвержденного учёным советом вуза от 30.08.2019 протокол № 1.

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

**Журналистики**

Протокол от 27.08.2019 г. №1

Зав. кафедрой Борщева Н.Н.

Начальник УОП



Н.А. Доманина

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

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

**Задачи изучения дисциплины:** сформировать у студентов понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа; познакомить студентов 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 студентов с механизмами и проблемами правового регулирования в области новых медиа.

**Область профессиональной деятельности:** связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы).

### 2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.02.01

#### 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:

Мультимедийные коммуникации

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

**ПК-1. Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта**

**ПК-1.1. Создает тексты рекламы и связей с общественностью с учетом специфики каналов коммуникации и имеющегося мирового и отечественного опыта**

Знает основные тренды маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, инструментов GOOGLE и Яндекс для формирования контента в новых медиа

**ПК-1.2. Создает информационные поводы для кампаний и проектов в сфере рекламы и связей с общественностью, применяет творческие решения с учетом мирового и отечественного опыта**

Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа

**ПК-1.3. Создает основы сценариев специальных событий и мероприятий для рекламной или PR-кампании**

Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий

**ПК-1.4. Применяет инструменты трансляции миссии и философии организации целевым группам общественности в оффлайн и онлайн среде**

Умеет использовать инструменты настройки таргетинга

**ПК-4. Способность применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта**

**ПК-4.1. Использует основные маркетинговые инструменты при планировании производства и (или) реализации коммуникационного продукта**

Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа

**ПК-4.2. Принимает участие в организации и выполнении маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта**

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

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. Осуществляет мониторинг обратной связи с разными целевыми группами**

Знает специфику работы с аудиторией новых медиа

**4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)**

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр / Курс	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Введение. Понятие и признаки новых медиа			
1.1	Введение/Лек/	7	2	0
1.2	Признаки новых медиа/Лаб/	7	2	0
1.3	Понятие новых медиа/Пр/	7	0	0
1.4	Развитие ИКТ в мире/Ср/	7	34	2
	Раздел 2. История и перспективы развития новых медиа			
2.1	История развития новых медиа/Лек/	7	0	0
2.2	Теория сетевого общества/Лаб/	7	2	0
2.3	Web 2.0. Перспективы развития новых медиа/Пр/	7	2	0
2.4	Развитие онлайн-журналистики и коммуникации/Ср/	7	26	0
	Раздел 3. Новые медиа и традиционные СМИ			
3.1	Старые и новые медиа. Сравнительные характеристики /лек/	8	2	0
3.2	Язык интернета /лаб/	8	2	2
3.3	Конвергентная редакция /Пр/	8	0	0
3.4	Интерактивность как идеология /Ср/	8	26	0
	Раздел 4. Новые медиа в повседневной социальной коммуникации			
4.1.	Новые медиа и образ жизни /лек/	8	0	0
4.2.	Трансформация частного и публичного пространства в эпоху новых медиа /лаб/	8	2	0
4.3	Движение кода /Пр/	8	2	0
4.4	Открытое неравенство /Ср/	8	34	0

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

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

**Лекция 1. Тема «История 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 2. Тема «Ретроспектива новых медиа»**

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.

**Лекция 3. Тема «Сетевое сотрудничество»**

Вопросы и задания

1. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг.
2. Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами».

**Лекция 4. Тема «Новая редакция»**

Вопросы и задания

1. Появление сетевых медиа. Цифровые медиа в России.
2. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете.
3. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики.

**Лекция 5. Тема «Блоггерство»**

Вопросы и задания

1. Блоггерство как массовое явление.
2. Влияние блоггерства на социальную коммуникацию и масс-медиа.

**Лекция 6. Тема «Цифровые правила»**

Вопросы и задания

1. Трансформация публичного и частного пространства в Сети.
2. Просьюмеризм и движение открытого кода.
3. Цифровое неравенство (географическое, социальное, политическое).

**Лекция 7. Тема «Политические возможности новых медиа»**

Вопросы и задания

1. Использование новых медиа в политических кампаниях.
2. Электронное правительство.
3. Интернет как публичное пространство.
4. Медиаактивизм в новых медиа.

**Лекция 8. Коммерческие возможности новых медиа**

Вопросы и задания

1. Использование новых медиа в рекламных и PR-кампаниях.
2. Маркетинг в эпоху Web 2.0, его возможности и ограничения.
3. Экономика внимания и участия.

**Лекция 9. Тема «Правовые основы новых медиа»**

Вопросы и задания

1. Структура управления Интернетом.
2. Основные документы по регулированию Интернета в мире и в России.
3. Интеллектуальная собственность в Сети. Новые виды лицензий.
4. Хакерство и безопасность в Сети

**Практическое занятие 1. Тема «Понятие и признаки 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 2. Тема «История и перспективы развития новых медиа»**

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).
4. «Постсоциальные» общества и теории сетевой социальности (М.Кастельс, А.Виттель, К.Кнорр-Цетина).

**Практическое занятие 3. Тема «Новые медиа и традиционные СМИ»**

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. «Место новых медиа в повседневной социальной коммуникации»**

Вопросы и задания

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

**Практическое занятие 5. «Новые медиа и политика»**

Вопросы и задания

1. Использование новых медиа в избирательных кампаниях. Электронное правительство.
2. Интернет как публичное пространство. Медиаактивизм.
3. Новые медиа и массовые действия в ситуации катастроф, социального и политического кризиса.
4. Сетевые войны и мировой терроризм. Хактивизм.

**Практическое занятие 6. Тема «Новые медиа и PR»**

Вопросы и задания

1. Использование новых медиа в гипермедийных PR-кампаниях.
2. Принципы маркетинга в эпоху Web 2.0. Мобильная революция в коммуникации.
5. Медиа, создаваемые потребителями. Экономика внимания и участия. Геймификация.
6. Самопродвижение через новые медиа.

**Практическое занятие 7. Правовое регулирование новых медиа**

3. Слой интернета и глубокая паутина. Хакерство и юрисдикция в Сети.

4. Безопасность и социальный контроль в новых медиа. Права пользователей

**Лабораторная работа 1. Тема «Мультимедийные технологии работы с текстами: инструменты проверки читаемости текстов»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 2. Тема «Онлайн-инструменты верификации фактов»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 3. Тема «Мультимедийные технологии сопоставления текстов»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 4. Тема «Облако тегов в тексте: мультимедийный инструмент визуализации информации»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 5. Тема «Онлайновые фоторедакторы в помощь журналисту»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 6. Тема «Сервис для создания интерактивных картинок»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 7. Тема «Встраивание панорам в мультимедийные тексты: обзор сервисов»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 8. Тема «Создание презентации интернет-с помощью онлайн-сервисов»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 9. Тема «Презентации с эффектами зуммирования: особенности работы с массивами текстов»**

Вопросы и задания

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

**Лабораторная работа 10. Тема «Сервис для создания инфографики»**

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

**Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине**

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1	Введение. Понятие и признаки 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
2	История и перспективы развития 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	Новые медиа и традиционные СМИ	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 в повседневной социальной 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

**Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор студента**

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы студентов	Продукты деятельности
1	Введение. Понятие и признаки новых медиа	Подготовить доклад по следующим пунктам: Трансформация средств массовых коммуникации под влиянием новых медиа; формирование личной идентичности пользователей посредством новых медиа	Доклады-презентации
2	История и перспективы развития новых медиа	Подготовить доклад по следующим пунктам: Развитие электронного правительства в России и соседних странах; лоббирование интересов посредством новых медиа	Доклады-презентации
3	Новые медиа и традиционные СМИ	Подготовить доклад по следующим пунктам: Трансформация публичного и частного пространства в новых медиа.; Гипермедийные политические кампании.; Развитие электронного правительства.	Доклады-презентации
4	Новые медиа в повседневной социальной коммуникации	Подготовить доклад по следующим пунктам: Взаимодействие с аудиторией в продвижении посредством новых медиа.; регулирование Интернета и риски пользователей в Сети.	Доклады-презентации

**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 <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=114784</a>	Москва : Юнити, 2015
Л1.2	Кирия И.В.	История и теория медиа: учебник для вузов <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=471753">https://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&amp;id=471753</a>	Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2020

<b>6.1.2. Дополнительная литература</b>			
	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Калмыков А.А.	Интернет-журналистика: учебное пособие <a href="https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712">https://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712</a>	Москва : Юнити, 2015

<b>6.2 Перечень программного обеспечения</b>			
- Acrobat Reader DC			
- Dr.Web Desktop Security Suite, Dr.Web Server Security Suite			
- GIMP			
- Microsoft Office 2016 Professional Plus (Пакет программ Word, Excel, Access, PowerPoint, Outlook, OneNote, Publisher)			
- 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			
- Microsoft Windows 7/8.1 Professional			
- XnView			
- Архиватор 7-Zip			
- Программная система для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»			

<b>6.3 Перечень информационных справочных систем</b>			
- Elsevier (база данных «Freedom Collection» и коллекции электронных книг «Freedom Collection eBook collection», национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)			
- SCOPUS издательства Elsevier			
- SpringerNature (национальная подписка на полнотекстовые ресурсы)			
- База данных международных индексов научного цитирования Web of Science			
- БД «Polpred.com. Обзор СМИ»			
- УИС РОССИЯ			
- ЭБС «E-LIBRARY.RU»			
- ЭБС «ЛАНЬ»			
- ЭБС «РУКОНТ» (Контекстум)			
- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»			
- ЭБС «ЮРАЙТ» (Коллекция Легендарные книги)			
- Информационно-образовательная программа «Росметод»			
- СПС «ГАРАНТ-Аналитик»			
- СПС «Консультант-Плюс»			

<b>7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>	
7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, занятий семинарского типа, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля, промежуточной аттестации. Комплект учебной мебели, меловая доска, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование. Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект учебной мебели, ПК-4 шт.

<b>8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)</b>
---

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программа дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

Работа над теоретическим материалом происходит кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю.

Проработка рабочей программы дисциплины, уделяя особое внимание целям и задачам, структуре и содержанию дисциплины. Конспектирование источников, подготовка ответов к контрольным вопросам, просмотр рекомендуемой литературы, работа с информационными источниками в разных форматах.

Также в процессе изучения дисциплины методические рекомендации могут быть изданы отдельным документом.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

Приложение

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

Курс 4 Семестр 7

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Введение. Понятие и признаки 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 студента)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
История и перспективы развития 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 студента)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
Итого:		<b>56</b>	<b>100</b>

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
<b>Текущий контроль по разделу «Введение. Понятие и признаки новых медиа»</b>			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Раздел 1. Введение. Понятие и признаки новых медиа  Образовательные результаты: Знает основные тренды маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, инструментов GOOGL и Яндекс для формирования контента в новых медиа Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 20	Раздел 1. Введение. Понятие и признаки новых медиа  Образовательные результаты:

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

			Знает основные тренды маркетинговых коммуникаций в сети Интернет, инструментов GOOGL и Яндекс для формирования контента в новых медиа Умеет планировать рекламные и PR-кампании с использованием новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор студента)	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	
<b>Текущий контроль по разделу «История и перспективы развития новых медиа»</b>			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Раздел 2. История и перспективы развития новых медиа Образовательные результаты: Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий Умеет использовать инструменты настройки таргетинга
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 Виртуальная реальность	Раздел 2. История и перспективы развития новых медиа Образовательные результаты: Умеет использовать новые медиа при организации специальных событий и мероприятий Умеет использовать инструменты настройки таргетинга

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

		Вовлечение Демассовизация медиа Двухскоростная журналистика Дополненная реальность Дроны (беспилотники)	
3	Самостоятельная работа (на выбор студента)	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 12 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
Новые медиа и традиционные СМИ			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Новые медиа в повседневной социальной коммуникации			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	6
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	20
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор студента)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Промежуточная аттестация		0	15
Итого:		<b>56</b>	<b>100</b>

Виды контроля	Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
---------------	---	--

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

<b>Текущий контроль по разделу «Новые медиа и традиционные СМИ»</b>			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Раздел 3. Новые медиа и традиционные СМИ  Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов - 20	Раздел 3. Новые медиа и традиционные СМИ  Образовательные результаты: Знает специфику работы с аудиторией новых медиа Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор студента)	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	
<b>Текущий контроль по разделу «Новые медиа в повседневной социальной коммуникации»</b>			
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)	Раздел 4. Новые медиа в повседневной социальной коммуникации  Образовательные результаты: Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории.

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью  
направленность (профиль) «Технологии рекламы и связей с общественностью»  
Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

		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)	Владеет инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа. Владеет инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор студента)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 4.1. – 2 балла. 4.2. – 2 балла. 4.3. - 2 балла.	Раздел 4. Новые медиа в повседневной социальной коммуникации 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 по разделу	Тест из 12 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	