

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Курганский государственный университет»
(КГУ)

Кафедра «Журналистика и массовые коммуникации»



УТВЕРЖДАЮ:
Первый проректор
Т.Р. Змызгова
2021 г.

Рабочая программа учебной дисциплины

Реклама и PR в новых медиа

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью

Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Формы обучения: **заочная**

Курган 2021

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 3 зачетные единицы трудоемкости (108 академических часа)

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов		
в том числе:	8	8
Лекции	4	4
Практические занятия	4	4
Самостоятельная работа, всего часов		
в том числе:	100	100
Подготовка к зачету	18	18
Подготовка к контрольной работе	18	18
Другие виды самостоятельной работы	64	64
Вид промежуточной аттестации	Зач.	Зач.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	108	108

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ

В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Дисциплина «Реклама и PR в новых медиа» относится к блоку Б1 (часть, формируемая участниками образовательных отношений), дисциплина по выбору. Курс нацелен на подготовку высококвалифицированных специалистов в области электронных коммуникаций, в сфере социальных коммуникаций, способных возглавить работу рекламных и PR-агентств, соответствующих подразделений государственных организаций и бизнес-структур, а также готовых к серьезным аналитическим и научным исследованиям. Изучается на 5 курсе студентами заочной формы обучения.

Изучение дисциплины базируется на результатах обучения, сформированных при изучении дисциплин «Основы коммуникаций», «Профессионально-творческий практикум», «Введение в специальность», «История рекламы и PR».

Результаты обучения по дисциплине «Реклама и PR в новых медиа» необходимы для изучения следующих дисциплин: «Профессионально-творческий практикум», «Копирайтинг и спичрайтинг», «Реклама в интернете», «Реклама в печатных СМИ», а также для прохождения итоговой государственной аттестации по направлению.

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ

Основная цель - профессиональная подготовка студентов для выполнения рекламной, маркетинговой и PR деятельности в новых медиа в качестве руководителя или специалиста.

Задачи:

- создание стратегии рекламных, маркетинговых и PR кампаний на основе полученных знаний;
- формирование практических навыков; подготовка рекламных материалов для этих кампаний.
- совершенствование знаний об особенностях рекламы в новых медиа в процессе формирования информационной среды.

Компетенция, формируемая в результате освоения дисциплины:

Способен осуществлять авторскую деятельность с учетом специфики разных типов СМИ и других медиа и имеющегося мирового и отечественного опыта (ПК-2).

В результате освоения дисциплины обучающийся должен демонстрировать следующие результаты образования:

Знать: особенности работы в отделах рекламы и PR

Уметь: создавать рекламный и PR-продукт

Владеть: навыками продвижения рекламного и PR-продукта в новых медиа

4. СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Учебно-тематический план

Заочная форма обучения

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		9 семестр	
		Лекции	Практические занятия
1	Новые медиа: понятие, примеры, история становления	2	2
2	Пользовательский контент новых медиа и журналистика.	2	2
Всего:		4	4

4.2. Содержание лекций

Тема 1. Новые медиа: понятие, примеры, история становления.

Понятие и признаки новых медиа. Развитие ИКТ в мире История развития новых медиа. Теория сетевого общества. Перспективы развития новых медиа. Web 2.0. История и перспективы развития новых медиа. Старые и новые. Язык Интернета. Интернет-журналистика. Конвергентная редакция. Интерактивность как идеология.

Новые медиа и образ жизни. Трансформация публичного и приватного пространства в эпоху новых медиа. Киберкультура. Движение открытого кода. Просьюмеризм. Цифровое неравенство.

Новые медиа в повседневности. Блогерство и геймерство как образ жизни. Использование новых медиа в избирательных кампаниях. Новые медиа и массовые действия в ситуации социального и политического кризиса. Интернет-активизм, хактивизм.

Тема 2: Пользовательский контент новых медиа и журналистика.

Электронное правительство. Интернет и публичная сфера. Сетевые войны и мировой терроризм. Новые медиа в гипермедийных PR- и рекламных кампаниях. Медиа, создаваемые потребителями. Самопродвижение через Сеть. Маркетинг в эпоху Web 2. Управление Интернетом.

Авторское право и новые формы лицензий (GNU, CC). Безопасность и социальный контроль в новых медиа. Продвижение проекта или брэнда в гипермедийной кампании. Использование новых медиа в политике. Развитие креативных индустрий с использованием новых медиа.

Понятие и разновидности пользовательского контента. Создатели новостного контента в новых медиа: попытки классификации. Пользовательский контент в системе массовой информации. Генерирование контента пользователями как феномен новых медиа.

Понятие мобильной журналистики. Жанры мобильной журналистики. Мобильный репортаж, «Мобильный репортер». Понятие блога и блоггинга. Блоггинг-платформы. Особенности функционирования блогосферы. Российские общественно-политические блогеры. Видеохостинги и их особенности. Роль видеохостингов в создании новостного контента. Youtube как видеохостинг. Новостные возможности видеохостингов. Феномен социальных медиа.

4.3. Практические занятия

Заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела, темы	Содержание занятия (вопросы для изучения)	Норматив времени, час.
1	Новые медиа: понятие, примеры, история становления	1. Законодательное регулирование интернет-среды. 2. Исследования новых медиа: исследовательские векторы, 3. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ. 4. Поисковые системы и работа новостных агрегаторов. Крупнейшие новостные агрегаторы. 5. Информационные агентства в системе новостного менеджмента. Деятельность крупнейших информационных агентств в России. 6. Новостные сайты и порталы: принципы работы. 7 .Онлайн-версии традиционных СМИ.	1 1
2	Пользовательский контент новых медиа и журналистика.	1. Пользовательский контент в системе массовой информации. Понятие гражданской журналистики. 2. Понятие и жанры мобильной журналистики. 3. Понятие блога и блоггинга. Блоггинг-платформы. Российские общественно-политические блогеры. 4. Видеохостинги и их роль в создании новостного контента. 5. Феномен социальных медиа. Новостной контент в социальных медиа. 6. Правовое и этическое регулирование пользовательского контента.	1 1

		Всего:	4
--	--	---------------	----------

4.4. КОНТРОЛЬНАЯ РАБОТА

За время изучения дисциплины студенты заочной формы обучения выполняют одну контрольную работу в 9 семестре в форме выполнения письменных заданий. Контрольная работа должна быть напечатана на компьютере (кегель 14, интервал одинарный, выравнивание по ширине, расстановка переносов, абзацные отступы). Оформление титульного листа выполняется по обычным правилам.

Вариант 1

1. Составьте аналитический отчет о специфике правового регулирования интернет-изданий (на выбор студента) в настоящее время.
2. Составить профессиограмму современного журналиста и создать сравнительную характеристику современного журналиста и журналиста, работавшего в СМИ 20 лет назад).

Вариант 2

1. Проанализируйте работу крупнейших новостных агрегаторов (Яндекс, Google, Rambler и т.д.) и выявите объем новостного контента, представленного агрегаторами.
2. Дайте сравнительную характеристику информационных агентств в России и выявите «Топ-5» самых известных из них.

Вариант 3

1. Дайте повестку дня СМИ, представляемую информационными агентствами за неделю.
2. Дайте целостную характеристику сетевых аналогов трех общественно-политических изданий. Приведите классификацию пользователей, участвующих в генерировании интернет-контента).

Вариант 4.

1. При помощи телефона или фотокамеры сделайте 5-7 видеорепортажей.
2. Проанализируйте по 10 блогов, которые ведут: политические деятели; лидеры общественного мнения; журналисты; селебрити; рядовые пользователи. Укажите сходства и различия в представлении новостного контента.

Вариант 5.

1. Выявите посты в социальных сетях, которые легли в основу новостных сюжетов информагентств.
2. Найдите в социальных сетях 10 видео, послужившие новостным поводом, и 10 видео, набравшие более 1 млн просмотров и дайте им сравнительную характеристику.

Вариант 6.

1. Дайте целостную характеристику пабликов, у которых более 100000 подписчиков.
2. Приведите 30 примеров нарушения норм этики в новых медиа.

Вариант 7.

1. Перечислите формы этического контроля со стороны владельцев ресурсов (пользовательское соглашение и т.д.) и обоснуйте их эффективность.
2. Укажите Топ10 видео на видеохостинге.

5. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ

Учебная дисциплина изучается в течение одного семестра. Включает в свой состав теоретическую и практическую систему занятий. Во время изучения курса студент должен посещать лекции и практические занятия, самостоятельно готовиться к обсуждению теоретических вопросов и выполнять задания, предложенные преподавателем на практических занятиях. Настоятельно рекомендуется тщательно прорабатывать материал дисциплины при самостоятельной работе, участвовать во всех формах обсуждения и взаимодействия, в целях лучшего освоения материала и получения высокой оценки по результатам освоения дисциплины.

В процессе освоения дисциплины используются такие образовательные технологии, как деловые игры, разбор конкретных ситуаций, диспуты по теме в процессе которых студенты смогут вырабатывать навыки практической профессиональной деятельности.

Самостоятельная работа предполагает самостоятельное изучение тем разделов дисциплины, подготовку к практическим занятиям, подготовку к зачету, к контрольной работе

Рекомендуемая трудоемкость самостоятельной работы представлена в таблице:

Рекомендуемый режим самостоятельной работы
Заочная форма обучения

Наименование вида самостоятельной работы	Рекомендуемая трудоемкость, акад. час.
	Очная форма обучения
Самостоятельное изучение тем разделов дисциплины:	54
Новые медиа: понятие, примеры, история становления	27
Пользовательский контент новых медиа и журналистика.	27
Подготовка к практическим занятиям (5 ч. на ПЗ)	10
Контрольная работа	18
Подготовка к зачету	18
Всего:	100

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Банк вопросов к зачету.
2. Контрольная работа.

6.2. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Текущий контроль осуществляется в ходе учебных занятий. Оценивается посещаемость лекционных занятий, подготовка и активность студентов на практических занятиях, выполнение тематических заданий, участие в дискуссии по проблемным темам дисциплины.

Промежуточная аттестация (зачет) проходит в форме ответов на вопросы билета. В билет входит 1 теоретический вопрос и 1 вопрос практического характера.

Время, отводимое студенту на подготовку к ответу на вопросы, составляет не менее 40 минут.

Результаты промежуточной аттестации (зачета) заносятся преподавателем в зачетную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку студента.

6.3. ПРИМЕРНЫЙ ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПОДГОТОВКИ К ЗАЧЕТУ

1. Ключевые признаки новых медиа и их отличия от традиционных медиа.
2. Основные тенденции развития Интернета в Беларуси и соседних странах.
3. Отличия между понятиями «новые медиа», «социальные медиа» и «цифровые медиа».
4. История развития Интернета в мире и в Беларуси.
5. Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0.
6. Механизмы сотрудничества пользователей: краудсорсинг, краудфандинг.
7. Черты современной сетевой социальности и «социальности с объектами».
8. Появление сетевых медиа.
9. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете.
10. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики.
11. Блогерство как массовое явление. Влияние блогерства на социальную коммуникацию и масс-медиа.
12. Трансформация публичного и приватного пространства в Сети.
13. Просьюмеризм и движение открытого кода.
14. Цифровое неравенство (географическое, социальное, политическое).
15. Использование новых медиа в политических кампаниях.
16. Электронное правительство.
17. Интернет как публичное пространство. Медиаактивизм в новых медиа.
18. Использование новых медиа в рекламных и PR-кампаниях.
19. Маркетинг в эпоху Web 2.0, его возможности и ограничения.
20. Экономика внимания и участия. Просьюмеризм и геймификация.
21. Структура управления Интернетом. Основные документы по регулированию Интернета в мире.
22. Интеллектуальная собственность в Сети. Новые виды лицензий.
23. Хакерство и безопасность в Сети.

6.4. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего контроля и промежуточной аттестации по дисциплине, показатели, критерии, шкалы оценивания компетенций, методические материалы, определяющие процедуры оценивания образовательных результатов, приведены в учебно-методическом комплексе дисциплины.

7. ОСНОВНАЯ И ДОПОЛНИТЕЛЬНАЯ УЧЕБНАЯ ЛИТЕРАТУРА

7.1. Основная учебная литература

1. Калмыков, А. А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: [учебное пособие] / А. А. Калмыкова, Л. А. Коханова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 383 с. – (Медиаобразование) Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691525.
2. Никитенко, А.А. Основы медиажурналистики [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Никитенко. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 108 с. – Режим доступа: http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691525 Черных, А. Мир современных медиа [Электронный ресурс] / А. Черных. - Москва :

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Коханова, Л. А. Основы теории журналистики [Электронный ресурс] : учебное пособие / Л. А. Коханова, А. А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 535 с. - (Медиаобразование). – Режим доступа: [biblioclub.ru>index.php?page=book_red&id=691525](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691525)
2. Шостак, М. И. Новостная журналистика. Новости прессы : учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры / М. И. Шостак. - 2-е изд., доп. - М. : Издательство Юрайт, 2017. - [biblioclub.ru>index.php?page=book_red&id=691525](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691525)

8. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ ОБУЧАЮЩИХСЯ

Павлюкевич А. В. Реклама и PR в новых медиа: методические рекомендации к изучению курса (на правах рукописи).

9. ИНФОРМАЦИОННЫЕ ТЕХНОЛОГИИ, ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Консультант студента»
3. ЭБС «Znaniy.com»
4. «Гарант» - справочно-правовая система

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Материально-техническое обеспечение по реализации дисциплины осуществляется в соответствии с требованиями ФГОС ВО по данной образовательной программе.

11. ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ДИСТАНЦИОННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ

При использовании электронного обучения и дистанционных образовательных технологий (далее ЭО и ДОТ) занятия полностью или частично проводятся в режиме онлайн. Объем дисциплины и распределение нагрузки по видам работ соответствует п. 4.1. Распределение баллов соответствует п. 6.2 либо может быть изменено в соответствии с решением кафедры, в случае перехода на ЭО и ДОТ в процессе обучения. Решение кафедры об используемых технологиях и системе оценивания достижений обучающихся принимается с учетом мнения ведущего преподавателя и доводится до обучающихся.

Аннотация к рабочей программе дисциплины

Реклама и PR в новых медиа

образовательной программы высшего образования –
программы бакалавриата

42.03.01 – Реклама и связи с общественностью
Направленность (профиль): Реклама и связи с общественностью

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часа)

Семестр 9 (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины:

Новые медиа: понятие, примеры, история становления.

Пользовательский контент новых медиа и журналистика.