

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
С.Н. Щербич
«23» марта 2020 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: Реклама и связи с общественностью

Формы обучения: **очная, очно-заочная, заочная**

Курган 2020

Рабочая программа учебной дисциплины: «**Реклама и PR в новых медиа**» составлена в соответствии с учебными планами по программе бакалавриата 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью» (направленность: Реклама и связи с общественностью)

- для очной формы обучения «13» марта 2020 года;
- для очно-заочной формы обучения «13» марта 2020 года;
- для заочной формы обучения «13» марта 2020 года.

Рабочая программа учебной дисциплины одобрена на заседании кафедры «Журналистика и массовые коммуникации» «20» 03. 2020, протокол № 6.

Рабочую программу составила:
старший преподаватель кафедры ЖИМК



А.В.Павлюкевич

Согласовано:

Зав. кафедрой «Журналистика и
массовые коммуникации»,
канд.пед.наук, доцент,



Н.А. Катайцева

Специалист
по учебно-методической работе



И.В. Тарасова

Начальник управления
образовательной деятельности



С.Н. Синицын

1. ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

Всего: 3 зачетные единицы трудоемкости (108 академических часа)

Очная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	36	36
в том числе:		
Лекции	18	18
Практические занятия	18	18
Самостоятельная работа, всего часов	72	72
в том числе:		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы	54	54
Вид промежуточной аттестации	Зач.	Зач.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	108	108

Очно-заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		8
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	32	32
в том числе:		
Лекции	16	16
Практические занятия	16	16
Самостоятельная работа, всего часов	76	76
в том числе:		
Подготовка к зачету	18	18
Другие виды самостоятельной работы	58	58
Вид промежуточной аттестации	Зач.	Зач.
Общая трудоемкость дисциплины и трудоемкость по семестрам, часов	108	108

Заочная форма обучения

Вид учебной работы	На всю дисциплину	Семестр
		9
Аудиторные занятия (контактная работа с преподавателем), всего часов	8	8

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 (вариативная часть, 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 4 курсе студентами очной и очно-заочной формы обучения и 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

Очная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			8 семестр	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	1	Новые медиа: понятие, примеры, история становления	9	8
		Рубежный контроль № 1		1
Рубеж 2	2	Пользовательский контент новых медиа и журналистика.	9	8
		Рубежный контроль № 2		1
Всего:			18	18

Очно-заочная форма обучения

Рубеж	Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
			8 семестр	
			Лекции	Практические занятия
Рубеж 1	1	Новые медиа: понятие, примеры, история становления	8	7
		Рубежный контроль № 1		1
Рубеж 2	2	Пользовательский контент новых медиа и журналистика.	8	7
		Рубежный контроль № 2		1
Всего:			16	16

Заочная форма обучения

Номер раздела, темы	Наименование раздела, темы	Количество часов контактной работы с преподавателем	
		9 семестр	
		Лекции	Практи-

			ческие 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 частного 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. Блоггингплатформы. 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

Очная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела, темы	Содержание занятия (вопросы для изучения)	Нормативное время, 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 2 1 1 1
	Рубежный контроль №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.	2 2 2 1 1 2
	Рубежный контроль № 2		1
	Всего:		18

Очно-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 1 2 1 1 1
	Рубежный контроль №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.	2 1 2 1 1 2
	Рубежный контроль № 2		1
	Всего:		16

Заочная форма обучения

Номер раздела	Наименование раздела, темы	Содержание занятия (вопросы для изучения)	Нормативное время, 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.

Для текущего контроля успеваемости по очной и очно-заочной форме обучения используется балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности. Поэтому 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 подготовку к рубежным контролям (выполнения практических заданий), выполнение контрольной работы, а также подготовку к зачету (повторение теоретического материала).

6. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ АТТЕСТАЦИИ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

6.1. Перечень оценочных средств

1. Балльно-рейтинговая система контроля и оценки академической активности студентов в КГУ.
2. Отчеты студентов по практическим занятиям.
3. Банк заданий к рубежным контролям № 1, № 2.
4. Банк вопросов к зачету.
5. Контрольная работа.

6.2. Система балльно-рейтинговой оценки работы студентов по дисциплине

Очная форма обучения

№	Наименование	Содержание					
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся до сведения студентов на первом учебном занятии)	Распределение баллов					
		8 семестр					
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение и защита отчетов по практическим занятиям	РК №1	РК №2	Зачет
		Балльная оценка:	До 18	До 18	До 17	До 17	До 30
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета	Примечания:	9 ЛЗ по 2 балла	до 2-х б. за 2-х часовое занятие (2 б. х 9= 18 б.),	На 4-ом ПЗ	На 9-ом ПЗ	
		60 и менее баллов – неудовлетворительно; 61...73 – удовлетворительно; 74... 90 – хорошо; 91...100 – отлично					

3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета по дисциплине, возможность получения бонусных баллов	Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить практические задания. Для получения оценки за зачет «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов: - 61 для получения «автоматически» зачета. По согласованию с преподавателем студенту, набравшему минимум 61 балл, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за творческое досье, активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических заданий, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры и выставлена за зачет оценка «зачтено».
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра	В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Для получения недостающих баллов для неуспевающих студентов предусмотрены следующие дополнительные задания: - выполнение и защита отчета по пропущенным: практическим занятиям (до 4-х баллов) за каждый отчет. - прохождение рубежного контроля (баллы в зависимости от рубежа) Ликвидация академической задолженности, возникшей из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.

Очно-заочная форма обучения

№	Наименование	Содержание					
1	Распределение баллов за семестры по видам учебной работы, сроки сдачи учебной работы (доводятся)	Распределение баллов					
		8 семестр					
		Вид учебной работы:	Посещение лекций	Выполнение и защита отчетов по практическим занятиям	РК №1	РК №2	Зачет
		Балльная оценка:	До 16	До 24	До 15	До 15	До 30

	до сведения студентов на первом учебном занятии)	Примечания:	8 ЛЗ по 2 балла	до 3-х б. за 2-х часовое занятие (3 б. x8= 24 б.),	На 4-ом ПЗ	На 8-ом ПЗ	
2	Критерий пересчета баллов в традиционную оценку по итогам работы в семестре и зачета			60 и менее баллов – неудовлетворительно; 61...73 – удовлетворительно; 74... 90 – хорошо; 91...100 – отлично			
3	Критерии допуска к промежуточной аттестации, возможности получения автоматического зачета по дисциплине, возможность получения бонусных баллов			Для допуска к промежуточной аттестации (зачету) студент должен набрать по итогам текущего и рубежного контроля не менее 50 баллов и должен выполнить практические задания. Для получения оценки за зачет «автоматически» студенту необходимо набрать следующее минимальное количество баллов: - 61 для получения «автоматически» зачета. По согласованию с преподавателем студенту, набравшему минимум 61 балл, могут быть добавлены дополнительные (бонусные) баллы за творческое досье, активное участие в научной и методической работе, оригинальность принятых решений в ходе выполнения практических занятий, за участие в значимых учебных и внеучебных мероприятиях кафедры и выставлена за зачет «автоматически» оценка «зачтено».			
4	Формы и виды учебной работы для неуспевающих (восстановившихся на курсе обучения) студентов для получения недостающих баллов в конце семестра			В случае если к промежуточной аттестации (зачету) набрана сумма менее 50 баллов, студенту необходимо набрать недостающее количество баллов за счет выполнения дополнительных заданий, до конца последней (зачетной) недели семестра. Для получения недостающих баллов для неуспевающих студентов предусмотрены следующие дополнительные задания: - выполнение и защита отчета по пропущенным: практическим занятиям (до 4-х баллов) за каждый отчет. - прохождение рубежного контроля (баллы в зависимости от рубежа) Ликвидация академической задолженности, возникшей из-за разности в учебных планах при переводе или восстановлении, проводится путем выполнения дополнительных заданий, форма и объем которых определяется преподавателем.			

6.3. Процедура оценивания результатов освоения дисциплины

Оценка успеваемости студентов в рамках балльно-рейтинговой системы осуществляется в ходе текущего, рубежного и промежуточного контроля.

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.

Рубежные контроли № 1 и № 2 проходят в форме выполнения письменных заданий. Рубежные контроли проводятся по изученным разделам дисциплины и являются проверкой усвоения студентами профессиональных знаний и практических навыков в работе рекламщика.

На выполнение заданий при рубежном контроле студенту отводится время не менее 30 минут.

Преподаватель оценивает в баллах результаты работы каждого студента по степени полноты и правильности выполнения заданий и заносит в ведомость учета текущей успеваемости.

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. За ответы на вопросы студент может получить максимально 30 баллов.

Результаты текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации (зачета) заносятся преподавателем в зачетно-экзаменационную ведомость, которая сдается в организационный отдел института в день зачета, а также выставляются в зачетную книжку студента.

6.4. Примеры оценочных средств для рубежных контролей и зачета

6.4.1 ПРИМЕРНЫЕ ЗАДАНИЯ К РУБЕЖНЫМ КОНТРОЛЯМ

Рубежный контроль № 1.

1. Задание по исследованию роли новых медиа в общественной жизни (индивидуальный или групповой проект).

Варианты реализации:

- Аналитическая работа (1000-1500 знаков), посвященная конкретному кейсу (или сравнение кейсов); пример тем: «Твиттер и политика: значение для политической коммуникации на примере...»; «Индимедиа и роль социальных СМИ на примере...»; «Роль блогов в формировании новостей на примере...»; «Википедия и развитие коллективного интеллекта на примере...» и т.д. Оформление текста предполагает соответствие требованиям научного цитирования.
- Написание статьи / дополнение статей в Википедии, посвященных тематике новых медиа и сопряженным темам. Примеры статей: «Гипермедиа», «Интерактивное искусство», «Интернет-журналистика», «Использование социальных сетей в расследованиях», «Лев Манович», «Маркетинг в социальных медиа», «Новые медиа», «Открытые инновации», «Internet Governance Forum», «Memex», «NIMBY», «Slacktivism» и другие (по согласованию). Форма отчетности: размещенная в Википедии статья.
- Интервью с пользователями, проводящими онлайн более 6 часов в день; интервью с блогером с количеством подписчиков более 100, посвященное коммуникации пользователя в гипермедийной среде и ее влиянию на повседневное поведение пользователя. Форма отчетности: текст интервью и устная презентация в аудитории.

Рубежный контроль № 2. Анализ продвижения проекта или бренда в гипермедийной кампании (индивидуальный или групповой проект).

Данная работа предполагает анализ успешного продвижения продукта с помощью новых медиа в сфере искусства, бизнеса, в страновом маркетинге, в политике. Отчетная форма работы – презентация в аудитории. Пример тем: «Использование новых медиа в политической кампании на примере...»; «Техники продвижения товара с помощью новых медиа на примере...»; «Возможности искусства в среде новых медиа на примере...».

Форма предоставления работы: текст (до 1000 знаков) или презентация (до 15 слайдов) в электронном виде и устная презентация в аудитории. Письменная часть должна содержать иллюстрации и соответствовать правилам научного цитирования.

6.4.2. 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.

6.5. Фонд оценочных средств

Полный банк заданий для текущего, рубежных контролей 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_view_red&book_id=436712 (дата обращения: 18.10.2019).

2. Никитенко, А.А. Основы медиажур - налистки [Электронный ресурс] : учебное пособие / А. А. Никитенко. - Новосибирск : НГТУ, 2012. - 108 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=228794> (дата обращения: 18.10.2019).
3. Черных, А. Мир современных медиа [Электронный ресурс / А. Черных. - Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. – Режим доступа: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955> (дата обращения: 18.10.2019).

7.2. Дополнительная учебная литература

1. Интернет-СМИ [Текст] : теория и практика: учебное пособие / под ред. М. М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2010.
2. 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: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=117692> (дата обращения: 18.10.2019).
3. Фомичева, И. Д. Индустрия рейтингов. Введение в медиаметрию [Текст] : учебное пособие / И. Д. Фомичева. - М. : Аспект Пресс, 2004.
4. 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. - <https://www.biblioonline.ru/book/B2905E73-8DAE-4C1D-8B43EA2D7C0820DD> (дата обращения: 21.12.2019).

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. РЕСУРСЫ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

1. Библиотека КГУ : www.dspace.kgsu.ru
2. Электронно-библиотечная система «Znaniy.com»: www.znaniy.com .
3. Электронно-библиотечная система «Консультант студента»: www.studentlibrary.ru .
4. Портал Грамота. Ру <http://www.gramota.ru> (дата обращения 14.01.20 г.)

10. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Компьютерный класс, оргтехника, теле- и аудиоаппаратура (всё – в стандартной комплектации для лабораторных занятий и самостоятельной работы); доступ к сети Интернет.

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: Реклама и связи с общественностью

Трудоемкость дисциплины: 3 ЗЕ (108 академических часа)

Семестр: 8 (очная и очно-заочная форма обучения)

9 (заочная форма обучения)

Форма промежуточной аттестации: зачет

Содержание дисциплины:

Новые медиа: понятие, примеры, история становления.

Пользовательский контент новых медиа и журналистика.