

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

## 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
<b>Всего:</b>		<b>4</b>	<b>4</b>

##### 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. Блоггерство 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. Особенности функционирования видеохостингов в создании новостного контента. Видеохостинги и их особенности. Роль видеохостингов. Феномен социальных медиа. 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

#### 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](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](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691525) 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\\_red&id=691525](http://biblioclub.ru/index.php?page=book_red&id=691525)

## 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 «Znanium.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.