Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 29.10.2021 08:59:56
Уникальный программный ключ:
52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

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

Кафедра литературы, журналистики и методики обучения

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 **Литературы, журналистики и методики обучения**

Учебный план ФФ-б26Жо(4г)
Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

Квалификация **бакалавр**

Форма обучения **очная**

Общая трудоемкость **4 ЗЕТ**

Часов по учебному плану 144
в том числе:
аудиторные занятия 48
самостоятельная работа 96

Виды контроля в семестрах:
зачеты 5, 6

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	**5(3.1)**		**6(3.2)**		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	8	8	8	8	16	16
Практические	16	16	16	16	32	32
В том числе инт.	6	6	6	6	12	12
Итого ауд.	24	24	24	24	48	48
Контактная работа	24	24	24	24	48	48
Сам. работа	48	48	48	48	96	96
Итого	72	72	72	72	144	144

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 42.03.02 Журналистика (уровень бакалавриата) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №524)

составлена на основании учебного плана:

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»

утвержденного Учёным советом СГСПУ от 25.03.2026 протокол №8

Рабочая программа одобрена на заседании кафедры

Литературы, журналистики и методики обучения

Протокол от 26.06.2026 г. №11
Зав. кафедрой Буранок О.М.

Начальник УОП


_____Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

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

Задачи изучения дисциплины: сформировать у обучающихся понятие о ключевых признаках новых медиа и отличиях новых медиа от традиционных медиа; познакомить обучающихся с историей развития новых медиа и теоретическими моделями развития новых медиа; рассмотреть специфику коммуникативного взаимодействия и механизмов влияния в среде новых медиа; определить место и роль новых медиа в структуре СМИ; ознакомить обучающихся с механизмами и проблемами правового регулирования в области новых медиа.

Область профессиональной деятельности:

06 Связь, информационные и коммуникационные технологии

11 Средства массовой информации, издательство и полиграфия

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ

Цикл (раздел) ОП: Б1.В.ДВ.01

2.1 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Содержание дисциплины базируется на материале:

Технология интервью

2.2 Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как предшествующее:

Организация и проведение коммуникационных кампаний

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

ПК-4. Способен продвигать журналистский текст и (или) продукт путем взаимодействия с социальными группами, организациями и персонами с помощью различных каналов коммуникации

ПК-4.1. Информирует аудиторию о публикации журналистского текста и (или) продукта с помощью релевантных онлайн- и офлайн-ресурсов

Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа

ПК-4.2. Отслеживает реакцию целевой аудитории и принимает участие в обсуждении публикации

Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории

Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач

Владеет:

- инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа;
- инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа

ПК-4.3. Корректирует свои творческие действия в зависимости от результата взаимодействия с аудиторией

Знает специфику работы с аудиторией новых медиа

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Ретроспектива новых медиа			
1.1	История развития новых медиа /Лек/	5	4	2
1.2	Web 2.0. Перспективы развития новых медиа /Пр/	5	8	2
1.3	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации /Ср/	5	24	0
1.4	Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности /Лек/	5	4	0
1.6	Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности /Пр/	5	8	2
1.7	Основные виды новых медиа /Ср/	5	24	0
	Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа			
2.1	Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа /Лек/	6	4	2
2.2	Технологии составления выборок /Пр/	6	8	0
2.3	Современное поле новых медиа /Ср/	6	20	0
2.4	Традиционные способы продвижения /Лек/	6	4	2
2.5	Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях /Пр/	6	8	2
2.6	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями /Ср/	6	28	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

5 семестр, 4 лекции, 8 практических занятий

Раздел 1. Ретроспектива новых медиа

Лекции № 1-2 (4 часа)

История развития 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».

Практические занятия № 1-4 (8 часов)

Web 2.0. Перспективы развития 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).

Лекции № 3-4 (4 часа)

Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности

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.

Практические занятия № 5-8 (8 часов)

Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности

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).

6 семестр, 4 лекции, 8 практических занятий

Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа

Лекции № 5-6 (4 часа)

Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа

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

Практические занятия № 9-12 (8 часов)

Технологии составления выборок

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.

Лекции № 7-8 (4 часа)

Традиционные способы продвижения

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

Практические занятия № 13-16 (8 часов)

Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях

Вопросы и задания:
1. Новые медиа и образ жизни.
2. Трансформация публичного и приватного пространства.
3. Просьюмеризм и движение открытого кода.
4. Новые медиа и цифровое неравенство.

5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)

Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Развитие онлайновой журналистики и 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
2	Основные виды 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	Современное поле 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
4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с	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

	целевыми потребителями		

Содержание самостоятельной работы по дисциплине на выбор

№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Основные виды новых медиа	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
3	Современное поле новых медиа	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

5.3.Образовательные технологии

При организации изучения дисциплины будут использованы следующие образовательные технологии: информационно-коммуникационные технологии, технология организации самостоятельной работы, технология рефлексивного обучения, технология модульного обучения, технология игрового обучения, технологии групповой дискуссии, интерактивные технологии, технология проблемного обучения, технология организации учебно-исследовательской деятельности, технология проектного обучения, технология развития критического мышления.

5.4. Текущий контроль, промежуточный контроль и промежуточная аттестация

Балльно-рейтинговая карта дисциплины оформлена как приложение к рабочей программе дисциплины.
Фонд оценочных средств для проведения промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине оформлен отдельным документом.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

Дата обращения к электронным учебным изданиям, электронным образовательным ресурсам, современным базам данных и информационным справочным системам совпадает с датой утверждения рабочей программы

6.1. Рекомендуемая литература

6.1.1. Основная литература

	Авторы, составители	Заглавие	Издательство, год
Л1.1	Бриггз А.	Медиа: введение : учебник / П. Барвайз, Н. Блейн, О. Бойт-Барретт [и др.] ; ред. А. Бриггз, П. Кобли ; пер. Ю. В. Никуличев. – 2-е изд. – Москва : Юнити-Дана, 2017. – 552 с. : ил., табл. – (Зарубежный учебник). – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=684921	Москва : Юнити, 2017.
Л1.2	Бобров, А. А	Журналистика. Введение в специальность. Новые и вековые медиа : учебное пособие : [16+] / А. А. Бобров. – 220 с. : ил., табл. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686779	Москва : Директ-Медиа, 2022.

6.1.2. Дополнительная литература

	Авторы, составители	Заглавие, ссылка на электронную библиотечную систему	Издательство, год
Л2.1	Калмыков А.А.	Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков ; науч. ред. В. С. Хелемендик. – Москва ; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 99 с. : ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741	Москва, Берлин:Директ-Медиа, 2016.

6.2 Перечень программного обеспечения

- Acrobat reader DC
- Dr.Web Desktop security, Dr.Web Server security
- GIMP
- Мой офис, сервисы Яндекс 360 для образования (почта, Яндекс Диск, Яндекс Телемост, Яндекс документы, Календарь)
- Многофункциональный сервис обмена информацией Max
- Архиватор 7-Zip
- Браузер Яндекс для организаций

6.3 Перечень информационных справочных систем, профессиональных баз данных

- ЭБС «Университетская библиотека онлайн»
- Базы данных Springer eBooks

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

7.1	Наименование специального помещения: учебная аудитория для проведения занятий лекционного типа, практических занятий, групповых консультаций, индивидуальных консультаций, текущего контроля,

	промежуточной аттестации. Оснащенность: Комплект учебной мебели, ноутбук, переносное проекционное оборудование (мультимедийный проектор и экран на треноге), портативное звукоусиливающее оборудование.
7.2	Наименование специального помещения: помещение для самостоятельной работы, читальный зал. Оснащенность: комплект мебели, ПК-4 шт. с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду СГСПУ

8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Оценка результатов обучения по дисциплине строится в соответствии с балльно-рейтинговой картой. По окончании изучения дисциплины у каждого обучающегося должно сложиться портфолио из оформленных конспектов по темам практических занятий, работ, подготовленных в рамках самостоятельной работы докладов-презентаций.

Организация изучения дисциплины строится с использованием интерактивных форм обучения. Основная задача преподавателя сводится к отслеживанию новых трендов в области массовой информации, демонстрации видеотрансляций конференций и форумов, посвящённых новым медиа. Доклад, в данном случае, должен представлять самостоятельную авторскую работу, а не скупой реферативный текст. Не допускается использование интернет-энциклопедии Wikipedia, за цитирование подобных источников обязательно снижение баллов.

Приложение

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

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Наименование раздела: «Ретроспектива новых медиа»			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	8	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	20	40
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	12	24
Контрольное мероприятие по разделу		16	24
Промежуточный контроль		56	100
Промежуточная аттестация		0	15
Итого:		**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Ретроспектива новых медиа»			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12	История развития новых медиа Web 2.0. Перспективы развития новых медиа Преимущества новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Владеет: - инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа; - инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов – 20 Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам 6 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: А/Б-тестирование	Развитие онлайновой журналистики и коммуникации Основные виды новых медиа Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Владеет:

		Агрегатор Адаптивный дизайн Админка Атомизированный контент Виртуальная реальность Вовлечение Демассовизация медиа Двухскоростная журналистика Дополненная реальность Дроны (беспилотники)	- инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа; - инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Подготовка аналитических докладов по следующим темам: Принципы представления реальности на информационных порталах Рунета. 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 Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2 балла.	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 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 разделу и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	

Курс 3 Семестр 6

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Наименование раздела: «Маркетинговые инструменты новых медиа»			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	8	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	20	40
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	12	24
Контрольное мероприятие по разделу		16	24
Промежуточный контроль		56	100
Промежуточная аттестация		0	15
	Итого:	**56**	**100**

Виды контроля		Перечень или примеры заданий, критерии оценки и количество баллов	Темы для изучения и образовательные результаты
Текущий контроль по разделу «Маркетинговые инструменты новых медиа»			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12	Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа Технологии составления выборок Традиционные способы продвижения Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Владеет: - инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа; - инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов – 20 Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам - 6 баллов. Словарь содержит определения не менее 80% списка следующих терминов: Медиаграмотность Медиа-квинтет Мероприятия (ивенты, events) Миллениал	Современное поле новых медиа Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа Знает методы и инструменты изучения интернет-аудитории Умеет использовать информацию об аудитории новых медиа для решения маркетинговых задач Владеет:

		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)	- инструментами настройки маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа; - инструментами оценки эффективности маркетинговых коммуникаций с использованием новых медиа Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Словарная работа по вопросам из плана практических занятий по темам - 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 Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 2 балла.	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 6 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 разделу и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	