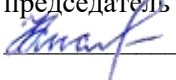


УТВЕРЖДАЮ
Проректор по УМР и КО,
председатель УМС СГСПУ
 Н.Н. Кислова

Новые медиа в системе массовой коммуникации рабочая программа дисциплины (модуля)

Закреплена за кафедрой	Литературы, журналистики и методики обучения		
Учебный план	ФФ-626Жз(4г6м) Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»		
Квалификация	бакалавр		
Форма обучения	Заочная		
Общая трудоемкость	4 ЗЕТ		
Часов по учебному плану	144	Виды контроля в семестрах:	
в том числе:		зачеты 7, 8	
аудиторные занятия	16		
самостоятельная работа	128		

Распределение часов дисциплины по семестрам

Семестр(Курс.Номер семестра на курсе)	7(4.1)		8(4.2)		Итого	
Вид занятий	УП	РПД	УП	РПД	УП	РПД
Лекции	2	2	2	2	4	4
Практические	6	6	6	6	12	12
В том числе инт.	2	2	2	2	4	4
Итого ауд.	8	8	8	8	16	16
Контактная работа	8	8	8	8	16	16
Сам. Работа	64	64	64	64	128	128
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 О.М. Буранок

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: средства массовой информации, издательство и полиграфия (в сфере мультимедийных, печатных, теле- и радиовещательных средств массовой информации)				
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:				
Социальная реклама				
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. Информировует 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				
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. 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/	7	2	0
1.2	Web 2.0. Перспективы развития новых медиа. Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности /Пр/	7	6	2
1.3	Развитие онлайн-журналистики и коммуникации /Ср/	7	34	0
1.4	Основные виды новых медиа /Ср/	7	30	0
	Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа			
2.1	Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа /Лек/	8	2	0
2.2	Технологии составления выборок. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях /Пр/	8	6	2
2.3	Современное поле новых медиа /Ср/	8	34	0
2.4	Новые медиа и социальные сети как каналы коммуникации с целевыми потребителями /Ср/	8	30	0
5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)				
5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)				
7 семестр, 1 лекция, 3 практических занятия				
Раздел 1. Ретроспектива новых медиа				
Лекция №1 (2 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».				

4. История развития Интернета в мире и в России. 5. Эволюция Интернета. Принципы организации Web 2.0 и отличия от Web 1.0. Практические занятия №1-3 (6 часов) Web 2.0. Перспективы развития новых медиа. Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности 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). 5. Этапы развития Интернета. Декларация независимости киберпространства и ее оценки. 6. Развитие Web 2.0 и принципы ее организации. Перспективы развития Интернета. 7. Сотрудничество в Сети. «Коллективный интеллект» (П.Леви), «краудсорсинг» (Дж.Хау).			
8 семестр, 1 лекция, 3 практических занятия Раздел 2. Маркетинговые инструменты новых медиа Лекция №2 (2 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». 3. Появление сетевых медиа. Цифровые медиа в России. 4. Конвергентная редакция. Организация текста в Интернете. 5. Соотношение гражданской и профессиональной журналистики. Практические занятия №4-6 (6 часов) Технологии составления выборок. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях 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. 5. Новые медиа и образ жизни. 6. Трансформация публичного и приватного пространства. 7. Просьюмеризм и движение открытого кода. 8. 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 онлайн-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 целевыми потребителями	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			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Развитие онлайн-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	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии

	целевыми потребителями		
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 – Библиогр. в кн. – ISBN 5-238-00960-7. – Текст : электронный.	Москва : Юнити, 2017. – 552 с.
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 – ISBN 978-5-4475-6072-0. – Текст : электронный.	Москва, Берлин:Директ-Медиа, 2016. – 99 с.
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 Мах			
- 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 студента 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.			

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

Курс 4 Семестр 7

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Ретроспектива 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)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Ретроспектива 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)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
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 – 6.	Тема: История развития новых медиа Web 2.0. Перспективы развития новых медиа. Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Развитие онлайн-журналистики и коммуникации Основные виды новых медиа Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа 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 Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 20	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	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	
Текущий контроль по разделу «Ретроспектива новых медиа»			

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
 Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
 Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Тема: История развития новых медиа Web 2.0. Перспективы развития новых медиа. Классификация новых медиа как инструментов маркетинговой деятельности Развитие онлайн-журналистики и коммуникации Основные виды новых медиа Образовательные результаты: Понимает специфику ценообразования рекламных и PR-услуг в новых медиа 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 Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
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 Вовлечение Демассовизация медиа Двухскоростная журналистика Дополненная реальность Дроны (беспилотники)	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	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 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 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
Маркетинговые инструменты 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)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
Маркетинговые инструменты 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)	6	12
Контрольное мероприятие по разделу		8	12
Промежуточный контроль		28	50
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 – 6.	Тема: Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа Технологии составления выборок. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях 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 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 Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов - 20	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	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	
Текущий контроль по разделу «Маркетинговые инструменты новых медиа»			

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика
 Направленность (профиль): «Конвергентная журналистика»
 Рабочая программ дисциплины «Новые медиа в системе массовой коммуникации»

1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 6.	Тема:
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-квнтет Мероприятия (ивенты, events) 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)	Сущность и преимущества маркетинговых исследований в новых медиа Технологии составления выборок. Инструменты маркетинговых коммуникаций, применяемые в новых медиа и соцсетях 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 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 Знает специфику работы с аудиторией новых медиа
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Сообщения на учебных пресс-конференциях по темам: 4.1. – 2 балла. 4.2. – 2 балла. 4.3. - 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 модулю и составляет максимально 50 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	