

Документ подписан посредством электронной подписи

Информация о владельце:

ФИО: Кислова Наталья Николаевна

Должность: Проректор по УМР и качеству образования

Дата подписания: 31.08.2025

Уникальный программный ключ:

52802513f5b14a975b3e9b13008093d5726b159bf6064f865ae65b96a966c035

МИНИСТЕРСТВО ПРОСВЕЩЕНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение

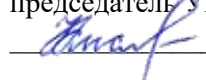
высшего образования

«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 маркетинге

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

Леликова Алина Андреевна

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 маркетинге

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: овладение обучающимися теоретическими знаниями и практическими навыками использования новых медиа в маркетинговой деятельности.

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 маркетинговой среде; определить место и роль новых медиа в структуре СМИ; ознакомить обучающихся с механизмами и проблемами правового регулирования в области маркетинга.

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

Знает место новых медиа в интернет-маркетинге

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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа

4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Код занятия	Наименование разделов и тем /вид занятия/	Семестр	Часов	Интеракт.
	Раздел 1. Теоретический аспект			
1.1	Социальный медиапейзаж /Лек/	7	2	0
1.2	Обзор задач маркетинга /Пр/	7	6	2
1.3	Задачи SMM /Ср/	7	64	0
	Раздел 2. Практический аспект			
2.1	Методы и способы SMM /Лек/	8	2	0
2.2	Технологии составления выборок /Пр/	8	6	2
2.3	Разработка и реализация SMM-проекта /Ср/	8	64	0

5. Оценочные и методические материалы по дисциплине (модулю)

5.1. Содержание аудиторной работы по дисциплине (модулю)

7 семестр 1 лекция, 3 практическое занятие

Раздел 1. Теоретический аспект

Лекция №1 (2 часа)

Социальный медиапейзаж

Вопросы и задания

1. Социальные сети как социальное явление.

2. Информационная эпоха.

3. Основные механизмы работы социальных сетей».

4. Типизация социальных сетей.

5. Пользовательский контент.

6. Покупательское поведение и социокультурные особенности российского потребителя.

Практическое занятие №1-3 (6 часов)

Обзор задач маркетинга

Вопросы и задания

1. Цели и задачи маркетинга.

2. Численный маркетинг.

3. Контент-стратегия.

4. Поиск идей, контент-план			
5. План маркетинговых коммуникаций.			
8 семестр 1 лекция, 3 практическое занятие Раздел 2. Практический аспект Лекция №2 (2 часа) Методы и способы SMM Вопросы и задания 1. Создание, оформление, наполнение материалами блогов на разных платформах. 2. Продвижение блога 3. Информационные сообщения в тематических сообществах. 4. Работа с популярными форумами. 5. Ведение дискуссии от имени компании. 6. Прямая реклама в тематических сообществах. 7. Вирусный маркетинг. 8. Мониторинг позитивной и негативной информации. 9. Оптимизация интернет-ресурсов под социальные медиа. Практическое занятие №4-6 (6 часов) Технологии составления выборок Вопросы и задания 1. Декомпозиция задач. 2. Планирование затрат ресурсов. 3. Юнит-экономика. 4. Воронка продаж.			
5.2. Содержание самостоятельной работы по дисциплине (модулю)			
Содержание обязательной самостоятельной работы по дисциплине			
№ п/п	Темы дисциплины	Содержание самостоятельной работы	Продукты деятельности
1	Задачи SMM	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	Разработка и реализация SMM-проекта	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	Задачи SMM	Подготовка дополнительного сообщения по теме практических занятий	Выступление с сообщением на практическом занятии
2	Разработка и реализация SMM-проекта	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
ЛП.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 маркетинге»

Курс 4 Семестр 7

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Теоретический аспект			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	40
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	24
Контрольное мероприятие по разделу		8	24
Промежуточный контроль		28	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 «Теоретический аспект»			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12.	Тема: Социальный медиапейзаж Обзор задач маркетинга Задачи SMM Образовательные результаты: Знает место новых медиа в интернет-маркетинге 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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 40	
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 дискурса-анализа. Культура социальных сетей. Феномен гражданского активизма в Сети. Культура виртуальной личности в Интернете. Максимальное количество баллов – 24 балла	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 12 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 100 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
Практический аспект			
Текущий контроль по разделу:			
1	Аудиторная работа	4	12
2	Самостоятельная работа (специальные обязательные формы)	10	40
3	Самостоятельная работа (специальные формы на выбор)	6	24
Контрольное мероприятие по разделу		8	24
Промежуточный контроль		28	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.	Тема: Методы и способы SMM Технологии составления выборок Разработка и реализация SMM-проекта Образовательные результаты: Знает место новых медиа в интернет-маркетинге 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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов - 40	
3	Самостоятельная работа (на выбор)	Словарная работа по вопросам из плана практического занятия - 24 балла. 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	
Контрольное мероприятие по разделу		Тест из 12 вопросов. Правильный ответ на каждый вопрос приравнивается к 2 баллам.	
Промежуточный контроль (количество баллов)		Рассчитывается как сумма всех баллов текущего рейтинга и контрольного мероприятия по модулю и составляет максимально 100 баллов	
Промежуточная аттестация		Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	