Документ подписан простой электронной подписью
Информация о владельце:
ФИО: Кислова Наталья Николаевна
Должность: Проректор по УМР и качеству образования
Дата подписания: 29.10.2026 08:00:43
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-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
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 Буранок О.М.

Начальник УОП

_____Н.А. Доманина

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Цель изучения дисциплины: овладение 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 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 с механизмами и проблемами правового регулирования в области маркетинга.

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

Знает место новых медиа в интернет-маркетинге

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 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/	5	8	4
1.2	Обзор задач маркетинга /Пр/	5	16	2
1.3	Задачи SMM /Ср/	5	48	0
	Раздел 2. Практический аспект			
2.1	Методы и способы SMM /Лек/	6	8	4
2.2	Технологии составления выборок /Пр/	6	16	2
2.3	Разработка и реализация SMM-проекта /Ср/	6	48	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. Теоретический аспект

Лекции № 1-4 (8 часов)

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.

Практические занятия № 1-8 (16 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.

6 семестр, 4 лекции, 8 практических занятий

Раздел 2. Практический аспект

Лекции № 1-4 (8 часов)

Методы и способы SMM

Вопросы и задания:
1. Создание, оформление, наполнение материалами блогов на разных платформах.
2.Продвижение блога
3.Информационные сообщение 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.

Практические занятия № 1-8 (16 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
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. – 552 с.
Л1.2	Бобров, А. А.	Журналистика. Введение в специальность. Новые и вековые медиа : учебное пособие : [16+] / А. А. Бобров. . : ил., табл. — 220 с	Москва : Директ-Медиа, 2022.

		Режим доступа: по подписке. – URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=686779	
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. – 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 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 маркетинге»

Курс 3 Семестр 5

Вид контроля		Минимальное количество баллов	Максимальное количество баллов
Наименование раздела: «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.	Социальный медиапейзаж Обзор задач маркетинга Образовательные результаты: Знает место новых медиа в интернет-маркетинге 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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор современных тенденций новых медиа. Максимальное количество баллов - 40	Задачи SMM Образовательные результаты: Знает место новых медиа в интернет-маркетинге 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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории 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 – 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 разделу и составляет максимально 100 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: «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 «Практический аспект»			
1	Аудиторная работа	Выполнение заданий по практической работе. Максимальное количество баллов – 12.	Методы и способы SMM Технологии составления выборок Образовательные результаты: Знает место новых медиа в интернет-маркетинге 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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа
2	Самостоятельная работа (обязательные формы)	Аналитический обзор журналистики «быстрого взгляда» Максимальное количество баллов - 40	Разработка и реализация SMM-проекта Образовательные результаты: Знает место новых медиа в интернет-маркетинге 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 методы работы по выявлению предпочтений аудитории новых медиа
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 разделу и составляет максимально 100 баллов	
Промежуточная аттестация	Представлены в фонде оценочных средств для промежуточной аттестации по дисциплине	