Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
**«Владимирский государственный университет
имени Александра Григорьевича и Николая Григорьевича Столетовых»
(ВлГУ)**

Гуманитарный институт

УТВЕРЖДАЮ
Директор института
_____Е.М.Петровичева
«_18_» _06_____ 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ

ИНТЕРНЕТ-СМИ

Направление подготовки: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Профиль подготовки: Реклама и связи с общественностью

г. Владимир
2021

1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Целью освоения дисциплины «Интернет-СМИ» является ознакомление студентов со спецификой Интернет-СМИ, их функционированием и использование в рекламной и PR-деятельности.

Задачи:

1.изучение специфики, организации работы интернет-СМИ;
2.изучение типологии интернет-СМИ;
3. изучение крупных новостных агрегаторов в деятельности интернет-СМИ;
4. изучение использования интернет-СМИ в деятельности PR-специалиста.

2.МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОПОП ВО

Дисциплина «Интернет-СМИ» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений (дисциплина по выбору), учебного плана по направлению 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью».

3. ПЛАНИРУЕМЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения ОПОП (компетенциями и индикаторами достижения компетенций).

Формируемые компетенции (код, содержание компетенций)	Планируемые результаты обучения по дисциплине характеризующие этапы формирования компетенций (показатели освоения компетенции)		Наименование оценочного средства
	Индикатор достижения компетенции	Результаты обучения по дисциплине	
ПК-11. Способен применять креативные методы при решении профессиональных задач.	ПК-11.1. Знает возможности использования креативных методов при решении профессиональных задач. ПК-11.2. Умеет применять креативные методы при решении профессиональных задач. ПК-11.3. Владеет креативными методами при решении профессиональных задач.	Знает возможности использования креативных методов при решении профессиональных задач. Умеет применять креативные методы при решении профессиональных задач. Владеет креативными методами при решении профессиональных задач.	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Дискуссия
ПК-16. Способен формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.	ПК-16.1. Знает основы формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.	Знает основы формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.	Тестовые вопросы Практико-ориентированные задания Сообщения

	ПК-16.2. Умеет формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации. ПК-16.3. Владеет технологиями формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.	Умеет формировать и развивать системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации. Владеет технологиями формирования и развития системы обратной связи, двунаправленной вертикальной и горизонтальной коммуникации.	

4. ОБЪЕМ И СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Трудоемкость дисциплины составляет 2 зачетных единиц, 72 часа

Тематический план

форма обучения – очная

№ п/п	Наименование тем и/или разделов/тем дисциплины	Семестр	Неделя семестра	Контактная работа обучающихся с педагогическим работником				Самостоятельная работа	Формы текущего контроля успеваемости, форма промежуточной аттестации *(по семестрам)*
				Лекции	Практические занятия	Лабораторные работы	в форме практической подготовки		
1	Интернет-СМИ в рекламе и связях с общественностью.	8	1	1	2		1	4	
2	Типология интернет-СМИ.	8	2	1	2		1	4	
3	Организация работы интернет-СМИ.	8	3	1	2		1	4	
4	Пользовательский контент новых медиа и журналистика.	8	4	1	2		1	5	
5	Особенности исследований интернет-СМИ.	8	5	1	2		1	5	
6	Законодательное регулирование интернет среды.	8	6	1	2		1	5	Рейтинг-контроль №1
7	Крупнейшие новостные агрегаторы.	8	7	1	2		1	5	
8	Онлайн-версии печатных СМИ. Сайты телевизионных каналов и радиоканалов	8	8-9	1	3		1	5	
9	PR-технологии и интернет-СМИ.	8	10	2	3		1	5	Рейтинг-контроль №2 Рейтинг-контроль №3
Всего				10	20			42	Зачет
Наличие в дисциплине КП/КР									
Итого по дисциплине				10	20			42	Зачет

Содержание лекционных занятий по дисциплине

Тема 1. Интернет-СМИ в рекламе и связях с общественностью.
Интернет как социальная и медийная среда. Организационно-правовой статус интернет-ресурсов. Понятие новых медиа. Особенности новых медиа, их технические и онтологические характеристики. Понятие интернет-журналистики. Интернет-СМИ как часть системы новых медиа. Основные характеристики интернет-СМИ.

Тема 2. Типология интернет-СМИ.
Разновидности новых медиа: подходы к классификации. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ. Социальные, политические, образовательные и культурные функции интернет-СМИ.

Тема 3. Организация работы интернет-СМИ.
Практические навыки работы мультимедийного журналиста. Изменения профессиональных требований к журналисту в условиях новых медиа. Профессиональные интернет-СМИ и «гражданская журналистика». Гражданские медиа. Техническое и программное обеспечение рабочего места интернетжурналиста. Конвергентная редакция. Новые профессии и роли журналиста.

Тема 4. Пользовательский контент новых медиа и журналистика.
Особенности подготовки новостного контента для информационных агентств. Информационные агентства, новостные сайты и порталы: принципы работы. Контент, сгенерированный пользователем сети. Контент, создаваемый пользователями. Блоги. Мобильные блоги. «Википедия». Yotube-канал.

Тема 5. Особенности исследований интернет-СМИ.
Онлайновые методы опроса. Измерение посещаемости. Опросы в Интернете. E-mail опросы. Он-лайн фокус-группы. Специализированные методы исследования аудитории СМИ.

Тема 6. Законодательное регулирование интернет среды.
Законы РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» и «О СМИ».

Тема 7. Крупнейшие новостные агрегаторы.
Поисковые системы и работа новостных агрегаторов. Крупнейшие новостные агрегаторы: Яндекс, Google, Rambler. Информационные агентства в системе новостного менеджмента. Деятельность крупнейших информационных агентств в России.

Тема 8. Онлайн-версии печатных СМИ. Сайты телевизионных каналов и радиоканалов.
Онлайн-версии печатных СМИ: специфика, мультимедиа-контент, формы обратной связи.

Тема 9. PR-технологии и интернет-СМИ.
Мониторинг Интернет-СМИ. Подготовка PR-материалов для Интернет-СМИ.

Содержание практических занятий по дисциплине

Тема 1. Интернет-СМИ в рекламе и связях с общественностью.
Интернет как социальная и медийная среда. Организационно-правовой статус интернет-ресурсов. Понятие новых медиа. Особенности новых медиа, их технические и онтологические характеристики. Понятие интернет-журналистики. Интернет-СМИ как часть системы новых медиа. Основные характеристики интернет-СМИ.

Тема 2. Типология интернет-СМИ. Разновидности новых медиа: подходы к классификации. Мультимедийные технологии и конвергенция в интернет-СМИ. Социальные, политические, образовательные и культурные функции интернет-СМИ.

Тема 3. Организация работы интернет-СМИ.
Практические навыки работы мультимедийного журналиста. Изменения профессиональных требований к журналисту в условиях новых медиа. Профессиональные интернет-СМИ и «гражданская журналистика». Гражданские медиа. Техническое и программное обеспечение рабочего места интернетжурналиста. Конвергентная редакция. Новые профессии и роли журналиста.

Тема 4. Пользовательский контент новых медиа и журналистика.

Особенности подготовки новостного контента для информационных агентств. Информационные агентства, новостные сайты и порталы: принципы работы. Контент, сгенерированный пользователем сети. Контент, создаваемый пользователями. Блоги. Мобильные блоги. «Википедия». Yotube-канал.

Тема 5. Особенности исследований интернет-СМИ.

Онлайновые методы опроса. Измерение посещаемости. Опросы в Интернете. E-mail опросы. Онлайн фокус-группы. Специализированные методы исследования аудитории СМИ.

Тема 6. Законодательное регулирование интернет среды.

Законы РФ «Об информации, информационных технологиях и защите информации» и «О СМИ».

Тема 7. Крупнейшие новостные агрегаторы.

Поисковые системы и работа новостных агрегаторов. Крупнейшие новостные агрегаторы: Яндекс, Google, Rambler. Информационные агентства в системе новостного менеджмента. Деятельность крупнейших информационных агентств в России.

Тема 8. Онлайн-версии печатных СМИ. Сайты телевизионных каналов и радиоканалов

. Онлайн-версии печатных СМИ: специфика, мультимедиа-контент, формы обратной связи. Региональные Интернет-СМИ.

Тема 9. PR-технологии и интернет-СМИ.

Мониторинг Интернет-СМИ. Подготовка PR-материалов для Интернет-СМИ.

5. ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ
6.ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ ТЕКУЩЕГО КОНТРОЛЯ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ПО ИТОГАМ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ И УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ

5.1. Текущий контроль успеваемости

Вопросы на рейтинг-контроль 1

Контрольная работа

Составить профессиограмму современного журналиста и создать сравнительную характеристику современного журналиста и журналиста, работавшего в СМИ 10-20 лет назад.

Вопросы на рейтинг-контроль 2

Контрольная работа

Студенту необходимо найти известные в России информационные агентства, дать сравнительную характеристику информационных агентств и выявить «Топ-5» самых известных из них.

Вопросы на рейтинг-контроль 3

Контрольная работа

1. Студенту необходимо найти посты в известных социальных сетях, которые легли в основу новостных сюжетов информагентств.
2. Приведите 30 примеров нарушения норм этики в новых медиа.

5.2. Промежуточная аттестация по итогам освоения дисциплины- зачет

Вопросы к зачету по дисциплине

1. Интернет-СМИ в рекламе и связях с общественностью.История возникновения интернета.
2.Принципы работы в социальных сетях: social media optimization
3.Партнерские программы: виды, анализ, рекомендации.
4. Типология интернет-СМИ.
5. Организация работы интернет-СМИ
6. PR-технологии и интернет-СМИ.

7. Общие и отличительные черты различных средств массовой информации (печать, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильных медиа) их типы и виды.
8.Роль аудитории в процессе потребления и производства массовой информации, основные характеристики аудитории современных российских СМИ.
9.Основные принципы работы с открытыми и закрытыми источниками информации в интернете.
10.Техническая организация электронного издательства.
11.Современная электронная редакционно-издательская техника, ее роль в повышении эффективности журналистского труда.
12.Блоги: язык, стиль, способы продвижения.
13.Первые информационные ресурсы в зоне RU, история развития российских информационных ресурсов.
14. Особенности исследований интернет-СМИ.
15.Полезные web-технологии.
16.Новостные агрегаторы, принципы работы, возможности для продвижения.
17.Перелинковка сайта, принцип работы, назначение.
18. Крупнейшие новостные агрегаторы.
19. Отличительные особенности дизайна различных видов сайта. Логотипы (виды, классификация).
20.Организация работы интернет-редакции.
21. Онлайн-версии печатных СМИ. Сайты телевизионных каналов и радиоканалов
22. Online-газеты как наиболее оперативные печатные СМИ
23.Радиовещание в сети интернет -одно из наиболее динамично развивающихся направлений в журналистике.
24.Мобильная журналистика: синтез технологий, скорости и актуальности.
25.СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования.
26. Пользовательский контент новых медиа и журналистика.

5.3. Самостоятельная работа обучающегося

Вопросы для самостоятельной работы (доклады)

1.Этическое регулирование пользовательского контента.
2. Организационно-правовой статус интернет-ресурсов.
3. Проблемы законодательного регулирования интернет среды: анализ основных тенденций.
4. Понятие и разновидности пользовательского контента.
5. Онлайн-версии традиционных СМИ: специфика, мультимедиа-контент, формы обратной связи и т.д.
6. Информационные агентства в системе новостного менеджмента.
7. Особенности подготовки контента для информационных агентств.
8. Создатели новостного контента в новых медиа: попытки классификации
9. Пользовательский контент Facebook как новостной ресурс.
10. Информационные поводы «ВКонтакте»
11. Новостной контент в социальных медиа.
12. Особенности функционирования блогосферы.
13. Российские общественно-политические блогеры.
14. Сегментирование контента на видеохостингах.
15. Особенности работы редакционных коллективов рекламных СМИ.
16. Стилевые обороты при написании новостей для интернет изданий
17. Электроно- периодические издания.
18. Структура новостей
19. Заголовки информационных материалов в веб.-изданиях
20. Дизайн новостей
21. Копипейст и рерайт .

Контроль за выполнением самостоятельной работы студентов осуществляется в ходе практических занятий и рейтинг-контроля. Учебно-методическое обеспечение указано в пунктах 6.1.,6.2. и 6.3. данной рабочей программы.

Фонд оценочных материалов (ФОМ) для проведения аттестации уровня сформированности компетенций обучающихся по дисциплине оформляется отдельным документом.

6.УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1. Книгообеспеченность

Наименование литературы: автор, название, вид издания, издательство	Год издания	КНИГООБЕСПЕЧЕННОСТЬ
		Наличие в электронном каталоге ЭБС
Основная литература		
Смолина, В.А. SMM с нуля. Секреты продвижения в социальных сетях :практ. пособие / В.А. Смолина. - Москва : Инфра-Инженерия, 2019. - 252 с. - ISBN 978-5-9729-0259-0.	2019	http://znanium.com/catalog/product/1053378
Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / Шпаковский В.О., Розенберг Н.В., Егорова Е.С. - Вологда:Инфра-Инженерия, 2018. - 248 с.: ISBN 978-5-9729-0202-6	2018	http://znanium.com/catalog/product/989631
Ильясова, С. В. Язык и стиль современных российских СМИ : учебное пособие по русскому языку для изучающих русский язык как иностранный / С. В. Ильясова, Л. П. Амири. - Ростов н/Д : ЮФУ, 2019. - 146 с. - ISBN 978-5-9275-3180-6	2019	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785927531806.html
Тулупов, В. В. Техника и технология медиадизайна. Книга 2 : Электронные СМИ : учебное пособие / Тулупов В. В. - Москва : Аспект Пресс, 2018. - 176 с. - ISBN 978-5-7567-0968-1.	2018	https://www.studentlibrary.ru/book/ISBN9785756709681.html
Дополнительная литература		
Контент-маркетинг: Стратегии продвижения в социальных сетях: Учебное пособие / Сенаторов А. - М.:АльпинаПаблишер, 2016. - 153 с.: ISBN 978-5-9614-5526-7	2016	http://znanium.com/catalog/product/1002559
Интернет-маркетинг: Учебник для бакалавров / Акулич М.В. - М.: Дашков и К, 2016. - 352 с.: 60x90 1/16 (Переплёт) ISBN 978-5-394-02474-0	2016	http://znanium.com/catalog/product/541640
Калмыков, А.А. Интернет-журналистика: Учеб. пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности 021400 «Журналистика» / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 383 с. — (Серия «Медиаобразование»). - ISBN 978-5-238-00771-0	2017	http://znanium.com/catalog/product/1028746
Володенков, С.В. Интернет-коммуникации в глобальном пространстве современного политического управления / С.В. Володенков. — Москва : Издательство Московского	2015	http://znanium.com/catalog/product/1022912

университета; Проспект, 2015. — 272 с. - ISBN 978-5-19-010946-7		
Связи с общественностью: теория, практика, коммуникативные стратегии: учеб.пособие для студентов вузов / под ред. В.М. Горохова, Т.Э. Гринберг. — 2-е изд., испр. и доп. — Москва : Аспект Пресс, 2017. - 224 с.	2017	https://new.znanium.com/catalog/product/1039446

6.2. Периодические издания

1. Журнала «Реклама. OutdoorMedia» - профессиональное отраслевое издание, посвященное индустрии наружной рекламы. Содержит пять блоков: новости, бизнес, практикум, мировой опыт, креатив. (www.outdoor.ru/magazine/)
2. «PRb России» - международный научно-популярный журнал о PR, рекламе, маркетинге и полиграфии. (www.rupr.ru)
3. «Время рекламы» - справочно-аналитический журнал о новостях рекламного рынка и крупнейших российских СМИ. (www.time.rusba.ru)
4. Электронный журнал по маркетингу. Включает темы брэндинга, рекламы, PR, продаж, открытую библиотеку исследований. (http://www.4p.ru).
5. «Новости рекламы» - профессиональный полноцветный журнал о рекламе в России (http://www.news.rbamedia.ru)

6.3. Интернет-ресурсы

1.Тематический портал «Адвертолоджи – наука о рекламе», посвященный в первую очередь рекламе, а также маркетингу и PR. (http://www.advertology.ru)

2. Портал «Брендинг.Ру» - информационные и аналитические статьи ведущих зарубежных и российских практиков брендинга. (http://www.branding.ru)

3.Интернет-сайт газеты «PR-news», созданный для специалистов по связям с общественностью, рекламе и журналистики. (http://www.pr-news.spb.ru)

7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Для реализации дисциплины имеется аудитория для проведения занятий лекционного, практического и лабораторного типа, оборудованная мультимедийными средствами с установленными на них лицензионным программным обеспечением: пакет Microsoft Office.

Рабочую программу составил ст. преподаватель Смыслова Л.В ._____

Рецензент Руководитель пресс-службы ВПОО «Милосердие и порядок» Ермолина Д.Е. _____

Программа рассмотрена и одобрена на заседании кафедры ЖРСО
Протокол № 11 от 16.06.21 года
Заведующий кафедрой Латышева Ж.В._____

Рабочая программа рассмотрена и одобрена на заседании учебно-методической комиссии направления 42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»
Протокол № 11 от 16.06.21 года
Председатель комиссии Латышева Ж.В._____

ЛИСТ ПЕРЕУТВЕРЖДЕНИЯ
РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЫ ДИСЦИПЛИНЫ

Рабочая программа одобрена на 2022/2023 учебный год
Протокол заседания кафедры № 11 от 21.06.22 года
Заведующий кафедрой _____ Татьянчева Н.В.

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____

Рабочая программа одобрена на _____ учебный год
Протокол заседания кафедры № _____ от _____ года
Заведующий кафедрой _____