

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего образования «Тамбовский государственный университет имени Г.Р. Державина»
Институт экономики, управления и сервиса
Кафедра журналистики, рекламы и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Е. Ю. Меркулова
«05» июля 2021 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.О.6.1 Индустрия новых медиа

Направление подготовки/специальность: 42.04.01 - Реклама и связи с
общественностью

Профиль/направленность/специализация: Цифровые технологии в рекламе и связях с
общественностью

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2021

Автор программы:

Кандидат филологических наук, доцент Пядышева Тамара Геннадиевна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 528).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «11» мая 2021 г. Протокол № 7

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, управления и сервиса, Протокол от «05» июля 2021 г. № 12.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины.....	4
2. Место дисциплины в структуре ОП Магистра.....	4
3. Объем и содержание дисциплины.....	4
4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства.....	8
5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля).....	13
6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины.....	15
7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы.....	16

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты

1.2 Типы задач профессиональной деятельности, к которым готовятся обучающиеся в рамках освоения дисциплины:

- научно-исследовательский
- организационно-управленческий

1.3 Дисциплина ориентирована на подготовку обучающихся к профессиональной деятельности в сфере: 06 Связь, информационные и коммуникационные технологии (в сфере продвижения продукции средств массовой информации, включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, онлайн-ресурсы)

1.4 В результате освоения дисциплины у обучающихся должны быть сформированы:

Обобщенные трудовые функции / трудовые функции / трудовые или профессиональные действия (при наличии профстандарта)	Код и наименование компетенции ФГОС ВО, необходимой для формирования трудового или профессионального действия	Индикаторы достижения компетенций
	ОПК-4 Способен анализировать потребности общества и интересы аудитории в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты	В целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты анализирует потребности общества и интересы аудитории

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Индустрия новых медиа» относится к обязательной части учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.01 - Реклама и связи с общественностью.

Дисциплина «Индустрия новых медиа» изучается в 1 семестре.

3. Объем и содержание дисциплины

3.1. Объем дисциплины: 5 з.е.

Очная: 5 з.е.

Очно-заочная: 5 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)	Очно-заочная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	180	180
Контактная работа	48	26
Лекции (Лекции)	16	10
Практические (Практ. раб.)	32	16

Самостоятельная работа (СР)	96	118
Экзамен	36	36

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.						Формы текущего контроля
		Лекции		Практ. раб.		СР		
		О	О-3	О	О-3	О	О-3	
1 семестр								
1	Медиаэкономика и медиаиндустрия новых медиа	4	1	8	2	16	18	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)
2	Концепции web 1.0, 2.0, 3.0: система взаимодействия с медиааудиторией. Web 3.0 как среда для новых медиа	4	1	4	2	14	18	Опрос
3	Актуальные термины и модели новых медиа	2	2	4	4	16	36	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)
4	Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере: проблемы и перспективы	2	2	6	2	14	12	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)
5	Искусственный интеллект: перспективы и проблемы использования	2	2	4	2	16	14	Тест
6	Тенденция активной визуализации в новых медиа	2	2	6	4	20	20	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)

Тема 1. Медиаэкономика и медиаиндустрия новых медиа (ОПК-4)

Лекция.

Методология изучения современных медиапроцессов. Медиаэкономика и политическая экономия – сходства и отличия. Функции медиаэкономики и медиаиндустрии. Важность политической экономии в изучении современных медиапроцессов. Сетевые СМИ в современной экономике. Структура современной медиасистемы. Постиндустриальное общество и современная медиаиндустрия. Концепция «информации» в теориях современного общества. Информационно-богатые рынки СМИ. Теоретические подходы к изучению сетевых СМИ. Медиаэкономика как развитие политэкономии и социологии СМИ

Практическое занятие.

1. Общая характеристика рыночной экономики.
2. Предприятия и организации в рыночной экономической системе.
3. Современное мировое хозяйство: понятие, структура, субъекты и тенденции развития.
4. Международное разделение труда.
5. Теории мировой экономики и глобализация мирового хозяйства.
6. Ресурсная база мирового хозяйства и глобальные проблемы.

Задания для самостоятельной работы.

Изучить особенности анализа экономической ситуации в публицистическом произведении.

Проанализировать способы достижения объективности анализа экономической ситуации в публицистическом произведении.

Изучить виды публицистического анализа, результаты публицистического комментария, анализа и расследования.

Исследовать прогнозирование результативности публицистического произведения.

Тема 2. Концепции web 1.0, 2.0, 3.0: система взаимодействия с медиааудиторией. Web 3.0 как среда для новых медиа (ОПК-4)

Лекция.

Односторонняя коммуникация сетевого пространства эпохи web 1.0. Период web 2.0 – рост социальных сетей, интернет-блогов и платформ для размещения цифрового контента. Главная черта web 2.0 – пользовательский контент.

Логика развития этапов сети: в эпоху web 1.0 информационный контент создавался и аккумулировался на одном сайте силами профессионалов, на второй ступени развития контент генерируется всеми пользователями и распространяется по всем площадкам.

Синтез свойств предшествующих концепций в сетевой среде web 3.0. Внимание пользователей аккумулируется вокруг ресурсов, где происходит профессиональный отбор пользовательского контента. Этап web 3.0: сетевые ресурсы создаются по технологиям предшествующей эпохи, но превращаются в качественные кроссплатформенные издания с высокими потребительскими качествами и большой степенью персонализации для пользователей.

Практическое занятие.

1. Векторы, сформировавшие признаки системы web 3.0.
2. Развитие цифровых технологий: скорость сетевого подключения и распространение высокоскоростных LTE-сетей как возможность для использования сложноорганизованных ресурсов с большим потреблением трафика.
3. Возможности воспроизведения контента в трёхмерном пространстве в виде 360-градусного видео.
4. Продукты, созданные по технологиям virtual reality (виртуальная реальность) и augmented reality (дополненная реальность).
5. Расширение возможностей в потреблении контента и большая персонализация в работе сервисов.
6. Конвергенция между реальным и виртуальным миром. Концепция «семантической паутины».

Задания для самостоятельной работы.

Представить анализ социальных сетей как площадок для продвижения СМИ.

Изучить создание и развитие инфраструктур для двусторонней коммуникации

Исследовать горизонтальное модерирование контента, осуществляемое самими пользователями
Сравнить медиатексты одного и того же СМИ, созданные для различных социальных сетей: основные параметры отличий.

Тема 3. Актуальные термины и модели новых медиа (ОПК-4)

Лекция.

Термин «новые медиа». История термина. Подходы к определению понятия «новые медиа». Система новых медиа как взаимосвязанные процессы: конвергенция, дигитализация, интерактивность и принадлежность данных медиаресурсов к сетевому пространству. Актуальные термины, пересекающиеся в семантическом поле с новыми медиа – мультимедиа, кроссмедиа, трансмедиа. Наиболее важные различия между новыми и старыми медиа.

Модели новых медиа. Перечень новых медиаформатов. Позитивные тенденции и противоречия новейшей медийной практики, обусловленные цифровизацией контента, потребляемого массовой аудиторией.

Практическое занятие.

1. Принципы формирования и распространения нового медиаконтента.
2. YouTube как источник новостей и информации.
3. Социальные сети как «простая» коммуникационная модель.
4. Медийно-коммуникационный ресурс виртуальных игр.
5. Альтернативные «новостные» проекты.
6. Блогосфера как медиа. Блогомодели – формат реализации новых медиа.

Задания для самостоятельной работы.

Исследовать классификацию блогов в контексте новой медиасреды.

Изучить процесс интеграции блогов в СМИ.

Выявить примеры блогов профессиональных журналистов на площадке СМИ.

Выявить примеры блогов профессиональных журналистов, не закрепленных за редакциями.

Изучить примеры использования редакциями блогеров для продвижения СМИ.

Тема 4. Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере: проблемы и перспективы (ОПК-4)

Лекция.

Ценность виртуальной реальности для массмедиа – создание прямого контакта между аудиторией и контентом, глубокое погружение в событие. История развития систем виртуальной реальности. Американский опыт в мировом контексте. Основные подходы к определению понятия виртуальная реальность. Использование технологий виртуальной реальности в американских средствах массовой информации: информационно-коммуникативный аспект.

Практическое занятие.

Анализ примеров использования технологии виртуальной реальности в современной медиасфере:

1. использование иммерсивной журналистикой технологий виртуальной реальности (VR),
2. дополненной реальности (AR),
3. смешанной реальности (MR);
4. технологии виртуальной реальности в рекламе;
5. формат 360-градусных видео, панорамных роликов.

Этические проблемы использования технологии виртуальной реальности в современной медиасфере.

Задания для самостоятельной работы.

Изучить производственно-экономический аспект проблемы монетизации VR-контента

Исследовать этический аспект виртуальной реальности как инструмента воздействия на аудиторию

Тема 5. Искусственный интеллект: перспективы и проблемы использования (ОПК-4)

Лекция.

Проблема «замены» специалистов в сфере рекламы и PR роботами и перспективы исчезновения профессии. Факт расширительной или некорректной трактовки термина «искусственный интеллект». Введение в научный оборот понятий, разграничивающих смежные с точки зрения аудитории, но принципиально различные с позиции науки явления.

Практическое занятие.

Анализ примеров использования искусственного интеллекта в медиасфере:

1. новостные ленты, формируемые на основе машинного обучения; рекомендательные системы для персонализации контента;
2. применение нейросетей для генерации контента (автоматизация большего количества stories и видео), классификации, оценки восприятия контента аудиторией (тестирование – как контент зайдет в разных целевых группах);
3. создание виртуальных программ воспроизведения новостей.

Задания для самостоятельной работы.

Изучить подходы к определению «искусственный интеллект» применительно к медиасфере.

Провести анализ примеров успешной интеграции ИИ в работу международных новостных агентств.

Тема 6. Тенденция активной визуализации в новых медиа (ОПК-4)

Лекция.

Увеличение образности медийного пространства в условиях визуального поворота. Деэстетизации визуальной информации. Рост количества и качества форматов визуального представления информации. Усложнение подходов к подаче визуальных сообщений, диффузное взаимопроникновение текстов и картинок. Визуальный контент современных СМИ и его типология. Традиционное разграничение видов визуального контента: иллюстрации (в том числе карикатуры и элементы графического дизайна); фотографии (в том числе и фоторепортажи); инфографика (графики, схемы, диаграммы и т. п.); различные формы мультимедийного контента (видеоролики, клипы, инсталляции, флеш-анимация, слайд-шоу и т. п.). Практика реализации визуализации контента в СМИ (на примере инфографики).

Практическое занятие.

Тенденция активной визуализации на примере одного средства массовой информации (по вашему выбору). Найти примеры следующих видов визуального контента:

- иллюстрации (рисунки, карикатуры и элементы графического дизайна);
- фотографии (фотопортреты, фоторепортажи, фотоинформация и т.п.);
- инфографика (графики, схемы, диаграммы и т. п.);
- различные формы мультимедийного контента (видеоролики, клипы, инсталляции, флеш-анимация, слайд-шоу и т. п.).

Задания для самостоятельной работы.

Назовите виды визуализации в СМИ.

Дайте определение инфографики. Приведите ее типологию.

Дайте определение интерактивной инфографики.

История инфографики.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

1 семестр

- текущий контроль – 50 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

- ответ на экзамене: не более 30 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ те мы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Мах. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Медиаэкономика и медиаиндустрия новых медиа	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)	20	20 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, отображены результаты исследования по теме. 12 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, исследование по теме проведено частично. 6-11 баллов – сформулированы только частично объект и предмет темы, частично осуществлен подбор информации. 1-5 баллов – сформулированы отдельные положения исследования.
2.	Концепции web 1.0, 2.0, 3.0: система взаимодействия с медиааудиторией. Web 3.0 как среда для новых медиа	Опрос(контрольный срез)	10	Полно излагает изученный материал, даёт правильное определение понятий; обнаруживает понимание материала, может обосновать свои суждения, применить знания на практике, привести необходимые примеры не только по учебнику, но и самостоятельно составленные. Излагает материал последовательно и правильно с точки зрения норм литературного языка. Студент даёт ответ, удовлетворяющий тем же требованиям, что и для оценки "отлично", но допускает 1-2 ошибки, которые сам же исправляет, и 1-2 недочёта в последовательности и языковом оформлении излагаемого. Излагает материал неполно и допускает неточности в определении понятий или формулировке теорий; не умеет достаточно глубоко и доказательно обосновать свои суждения и привести свои примеры; излагает материал непоследовательно и допускает ошибки в языковом оформлении излагаемого. Студент обнаруживает незнание большей части соответствующего раздела изучаемого материала, допускает ошибки в формулировке определений и теорий, искажающие их смысл, беспорядочно и неуверенно излагает материал.
3.	Актуальные термины и модели новых медиа	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)	10	10 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, отображены результаты исследования по теме. 5 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, исследование по теме проведено частично. 4 балла – сформулированы только частично объект и предмет темы, частично осуществлен подбор информации. 1-2 балла – сформулированы отдельные положения исследования.
4.	Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере: проблемы и перспективы	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)	10	10 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, отображены результаты исследования по теме. 5 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, исследование по теме проведено частично. 4 балла – сформулированы только частично объект и предмет темы, частично осуществлен подбор информации. 1-2 балла – сформулированы отдельные положения исследования.

5.	Искусственный интеллект: перспективы и проблемы использования	Тест(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте 6 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте 3 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает
6.	Тенденция активной визуализации в новых медиа	Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)	10	10 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, отображены результаты исследования по теме. 5 баллов – грамотно сформулирован объект и предмет темы в презентации, сделан подбор информации, исследование по теме проведено частично. 4 балла – сформулированы только частично объект и предмет темы, частично осуществлен подбор информации. 1-2 балла – сформулированы отдельные положения исследования.
7.	Премияльные баллы		20	Дополнительные премиальные баллы могут быть начислены: - за проект, выполненный по заказу работодателя и реализованный на практике - 20 баллов; - постоянная активность во время лабораторных занятий - 10 баллов; - полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины - 10 баллов; - победа в межрегиональной олимпиаде по дисциплине, профилю подготовки - 20 баллов; - участие с докладом во всероссийской олимпиаде по тематике изучаемой дисциплины - 20 баллов; - участие в выставке по тематике изучаемой дисциплины - 20 баллов; - публикация статьи по тематике изучаемой дисциплины в сборнике студенческих работ / материалах всероссийской конференции / журнале из перечня ВАК - 10 / 15 / 20
8.	Ответ на экзамене		30	10-17 баллов – студент раскрыл ос-новные вопросы и задания билета на оценку «удовлетворительно» 18-24 баллов – студент раскрыл ос-новные вопросы и задания билета на оценку «хорошо», 25-30 баллов – студент раскрыл ос-новные вопросы и задания билета на оценку «отлично».
9.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		70	Добор: студент может предоставить все задания текущего контроля и контрольные срезы
10.	Итого за семестр		100	

Итоговая оценка по экзамену выставляется в 100-балльной шкале и в традиционной четырехбалльной шкале. Перевод 100-балльной рейтинговой оценки по дисциплине в традиционную четырехбалльную осуществляется следующим образом:

100-балльная система	Традиционная система
85 - 100 баллов	Отлично
70 - 84 баллов	Хорошо
50 - 69 баллов	Удовлетворительно
Менее 50	Неудовлетворительно

4.2 Типовые оценочные средства текущего контроля

Опрос

Тема 2. Концепции web 1.0, 2.0, 3.0: система взаимодействия с медиааудиторией. Web 3.0 как среда для новых медиа

1. Экономика СМИ — это:

- a) наука о выпуске печатных СМИ;
- b) наука о рекламной деятельности электронных СМИ;
- c) наука, изучающая финансово-хозяйственную деятельность редакции СМИ.

2. По типу финансово-хозяйственной деятельности редакции СМИ бывают:

- a) хозрасчетно-бюджетные;**
- b) специализированные;
- c) общественно-политические;
- d) региональные.

Подготовка и защита презентации (Выполнение практических заданий)

Тема 1. Медиаэкономика и медиаиндустрия новых медиа

Тематика:

- 1. Общая характеристика рыночной экономики.
- 2. Предприятия и организации в рыночной экономической системе.
- 3. Современное мировое хозяйство: понятие, структура, субъекты и тенденции развития.
- 4. Международное разделение труда.
- 5. Теории мировой экономики и глобализация мирового хозяйства.
- 6. Ресурсная база мирового хозяйства и глобальные проблемы.

Тема 3. Актуальные термины и модели новых медиа

Тематика:

- 1. Принципы формирования и распространения нового медиаконтента.
- 2. YouTube как источник новостей и информации.
- 3. Социальные сети как «простая» коммуникационная модель.
- 4. Медийно-коммуникационный ресурс виртуальных игр.
- 5. Альтернативные «новостные» проекты.
- 6. Блогосфера как медиа. Блогомодели – формат реализации новых медиа.

Тема 4. Технологии виртуальной реальности в современной медиасфере: проблемы и перспективы

Тематика:

Анализ примеров использования технологии виртуальной реальности в современной медиасфере:

- 1. использование иммерсивной журналистикой технологий виртуальной реальности (VR),
- 2. дополненной реальности (AR),
- 3. смешанной реальности (MR);
- 4. технологии виртуальной реальности в рекламе;
- 5. формат 360-градусных видео, панорамных роликов.

Этические проблемы использования технологии виртуальной реальности в современной медиасфере.

Тема 6. Тенденция активной визуализации в новых медиа

Тематика:

Тенденция активной визуализации на примере одного средства массовой информации (по вашему выбору). Найти примеры следующих видов визуального контента:
 иллюстрации (рисунки, карикатуры и элементы графического дизайна);
 фотографии (фотопортреты, фоторепортажи, фотоинформация и т.п.);
 инфографика (графики, схемы, диаграммы и т. п.);
 различные формы мультимедийного контента (видеоролики, клипы, инсталляции, флеш-анимация, слайд-шоу и т. п.).

Тест

Тема 5. Искусственный интеллект: перспективы и проблемы использования

1. Общеизвестность, общедоступность, универсальность - это признаки?

- а) массовой информации
- б) журналистской информации
- в) политической информации
- г) социальной информации

2. Дигитализация – это?

- а) упрощение доступа к СМИ
- б) перевод информации в цифровую форму
- в) информационное наполнение системы СМИ

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ОПК-4)

- 1 Социальные сети как площадки для продвижения СМИ
- 2 Интеграция блогов в СМИ.
- 3 Трансформация изданий как адаптация к реальности. Бумага и цифра.
- 4 Использование технологии фактчекинга в СМИ
- 5 Определение и модели новых медиа.
- 6 Мультиплатформенная дистрибуция. Городские медиа как пример новых медиа
- 7 Блоги на площадках СМИ
- 8 Использование блогеров для продвижения СМИ.
- 9 Цифровая революция и феномен новых медиа.
- 10 Концепция мультимедийности в современных стратегиях потребления информации.
- 11 Социальный смысл интерактивности.
- 12 Феномен «второго экрана» как фактор мультимедиазации.
- 13 Культура виртуальной личности в интернете.
- 14 Специфика функции информирования.
- 15 Роль пользователей в формировании повестки дня.
- 16 Лонгрид: достоинства и недостатки отечественных лонгридов.
- 17 Специфика подготовки мультимедийной публикации.
- 18 Мультимедийные жанры.
- 19 Сервисы для создания мультимедийных элементов.
- 20 Коммуникация на основе цифровых медиа.

Типовые задания для экзамена (ОПК-4)

Проведите анализ интересов аудитории поколения «миллениалов» для продвижения издания.
 Приведите примеры использования журналистики данных.
 Охарактеризуйте исследования медиапотребления россиян за последний год

Укажите основные тренды медиаиндустрии.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ОПК-4	Самостоятельно применяет знания в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты анализирует потребности общества и интересы аудитории
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ОПК-4	По предложенному алгоритму применяет знания в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты анализирует потребности общества и интересы аудитории
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ОПК-4	Демонстрирует базовые знания в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты анализирует потребности общества и интересы аудитории
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ОПК-4	Допускает ошибки при применении знаний в целях прогнозирования и удовлетворения спроса на медиатексты и (или) медиапродукты анализирует потребности общества и интересы аудитории

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)

5.1 Методические указания по организации самостоятельной работы обучающихся:

Приступая к изучению дисциплины, в первую очередь обучающимся необходимо ознакомиться содержанием рабочей программы дисциплины (РПД), которая определяет содержание, объем, а также порядок изучения и преподавания учебной дисциплины, ее раздела, части.

Для самостоятельной работы важное значение имеют разделы «Объем и содержание дисциплины», «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» и «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы».

В разделе «Объем и содержание дисциплины» указываются все разделы и темы изучаемой дисциплины, а также виды занятий и планируемый объем в академических часах.

В разделе «Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины» указана рекомендуемая основная и дополнительная литература.

В разделе «Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы» содержится перечень профессиональных баз данных и информационных справочных систем, необходимых для освоения дисциплины.

5.2 Рекомендации обучающимся по работе с теоретическими материалами по дисциплине

При изучении и проработке теоретического материала необходимо:

- просмотреть еще раз презентацию лекции в системе MOODLe, повторить законспектированный на лекционном занятии материал и дополнить его с учетом рекомендованной дополнительной литературы;
- при самостоятельном изучении теоретической темы сделать конспект, используя рекомендованные в РПД источники, профессиональные базы данных и информационные справочные системы;
- ответить на вопросы для самостоятельной работы, по теме представленные в пункте 3.2 РПД.
- при подготовке к текущему контролю использовать материалы фонда оценочных средств (ФОС).

5.3 Рекомендации по работе с научной и учебной литературой

Работа с основной и дополнительной литературой является главной формой самостоятельной работы и необходима при подготовке к устному опросу на семинарских занятиях, к дебатам, тестированию, экзамену. Она включает проработку лекционного материала и рекомендованных источников и литературы по тематике лекций.

Конспект лекции должен содержать реферативную запись основных вопросов лекции, в том числе с опорой на размещенные в системе MOODLe презентации, основных источников и литературы по темам, выводы по каждому вопросу. Конспект может быть выполнен в рамках распечатки выдачи презентаций лекций или в отдельной тетради по предмету. Он должен быть аккуратным, хорошо читаемым, не содержать не относящуюся к теме информацию или рисунки.

Конспекты научной литературы при самостоятельной подготовке к занятиям должны содержать ответы на каждый поставленный в теме вопрос, иметь ссылку на источник информации с обязательным указанием автора, названия и года издания используемой научной литературы. Конспект может быть опорным (содержать лишь основные ключевые позиции), но при этом позволяющим дать полный ответ по вопросу, может быть подробным. Объем конспекта определяется самим студентом.

В процессе работы с основной и дополнительной литературой студент может:

- делать записи по ходу чтения в виде простого или развернутого плана (создавать перечень основных вопросов, рассмотренных в источнике);
- составлять тезисы (цитирование наиболее важных мест статьи или монографии, короткое изложение основных мыслей автора);
- готовить аннотации (краткое обобщение основных вопросов работы);
- создавать конспекты (развернутые тезисы).

5.4. Рекомендации по подготовке к отдельным заданиям текущего контроля

Собеседование предполагает организацию беседы преподавателя со студентами по вопросам практического занятия с целью более обстоятельного выявления их знаний по определенному разделу, теме, проблеме и т.п. Все члены группы могут участвовать в обсуждении, добавлять информацию, дискутировать, задавать вопросы и т.д.

Устный опрос может применяться в различных формах: фронтальный, индивидуальный, комбинированный. Основные качества устного ответа подлежащего оценке:

- правильность ответа по содержанию;
- полнота и глубина ответа;
- сознательность ответа;
- логика изложения материала;
- рациональность использованных приемов и способов решения поставленной учебной задачи;
- своевременность и эффективность использования наглядных пособий и технических средств при ответе;
- использование дополнительного материала;
- рациональность использования времени, отведенного на задание.

Устный опрос может сопровождаться презентацией, которая подготавливается по одному из вопросов практического занятия. При выступлении с презентацией необходимо обращать внимание на такие моменты как:

- содержание презентации: актуальность темы, полнота ее раскрытия, смысловое содержание, соответствие заявленной темы содержанию, соответствие методическим требованиям (цели, ссылки на ресурсы, соответствие содержания и литературы), практическая направленность, соответствие содержания заявленной форме, адекватность использования технических средств учебным задачам, последовательность и логичность презентуемого материала;
- оформление презентации: объем (оптимальное количество), дизайн (читаемость, наличие и соответствие графики и анимации, звуковое оформление, структурирование информации, соответствие заявленным требованиям), оригинальность оформления, эстетика, использование возможности программной среды, соответствие стандартам оформления;
- личностные качества: ораторские способности, соблюдение регламента, эмоциональность, умение ответить на вопросы, систематизированные, глубокие и полные знания по всем разделам программы;

- содержание выступления: логичность изложения материала, раскрытие темы, доступность изложения, эффективность применения средств ИКТ, способы и условия достижения результативности и эффективности для выполнения задач своей профессиональной или учебной деятельности, доказательность принимаемых решений, умение аргументировать свои заключения, выводы.

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

6.1 Основная литература:

1. Зверева Е.А. Трансформация модели медиапотребления в журнальном сегменте : монография. - Воронеж: Кварта, 2017. - 200 с.
2. Амзин, А., Галустян, А., Гатов, В., Кастельс, М., Кульчицкая, Д., Лосева, Н., Паркс, М., Паранько, С., Силантьева, О., ван, дер Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. - Весь срок охраны авторского права; Как новые медиа изменили журналистику. 2012—2016. - Москва, Екатеринбург: Кабинетный ученый, Гуманитарный университет, 2016. - 304 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/75003.html>

6.2 Дополнительная литература:

1. Литвина Т. В. Дизайн новых медиа : Учебник для вузов. - испр. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2020. - 181 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/454518>
2. Кораблева Г. Б., Меренков А. В., Данилова А. В., Ракевич Е. В., Вандышев М. Н., Бурлуцкая М. Г., Рыбакова О. В., Кусов В. Г., Грунт Е. В., Антонова Н. Л., Вершинин С. Е., Новгородцева А. Н., Изibaева М. С., Пименова О. И., Куныщиков С. В., Абрамова С. Б., Маликова Н. Н., Шманцарь М. В., Сивкова Н. И Социальное пространство современного города : Монография. - Москва: Юрайт, 2020. - 250 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: <https://urait.ru/bcode/454698>
3. Ульяновский, А. В. Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Креативные индустрии: смена поколений и актуальных героев. - Саратов: Ай Пи Ар Медиа, 2019. - 350 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/86299.html>
4. Вартанова Е.Л. Основы медиабизнеса : учеб. пособие для вузов. - М.: Аспект Пресс, 2009. - 360 с.
5. Зверева Е.А. Российский рынок журналов начала XXI века: тенденции функционирования и стратегии развития : монография. - Воронеж: Кварта, 2016. - 196 с.

6.3 Методические разработки:

1. Олешко, Е. В. Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие. - 2022-08-31; Конвергентная журналистика. Профессиональная культура субъектов информационной деятельности. - Екатеринбург: Уральский федеральный университет, ЭБС АСВ, 2015. - 128 с. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: <http://www.iprbookshop.ru/68341.html>
2. Вартанова Е.Л. Медиаэкономика зарубежных стран : Учеб. пособие. - М.: Аспект Пресс, 2003. - 335 с.

6.4 Иные источники:

1. Электронное периодическое издание "ИноСМИ - Все, что достойно перевода" - www.inosmi.ru
2. Журнал «Вестник Московского университета. Серия 10. Журналистика» - <http://vestnik.journ.msu.ru/>
3. Институт развития прессы - <http://www.pdi.ru/>
4. Информационный ресурс ИД "Коммерсант" - <https://www.kommersant.ru/>
5. Портал "Гуманитарное образование" - <http://www.humanities.edu.ru/>
6. Портал научных исследований СМИ и методик журналистского образования - www.mediascope.ru

7. Российская национальная библиотека - www.nlr.ru
8. Сайт "Российская газета" - <https://rg.ru/>
9. Научный журнал «МедиаАльманах» - <http://mediaalmanah.ru>

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы

Для проведения занятий по дисциплине необходимо следующее материально-техническое обеспечение: учебные аудитории для проведения занятий лекционного и семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, текущего контроля и промежуточной аттестации, помещения для самостоятельной работы.

Учебные аудитории и помещения для самостоятельной работы укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения, служащими для представления учебной информации большой аудитории.

Помещения для самостоятельной работы укомплектованы компьютерной техникой с возможностью подключения к сети "Интернет" и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду Университета.

Для проведения занятий лекционного типа используются наборы демонстрационного оборудования, обеспечивающие тематические иллюстрации (проектор, ноутбук, экран/ интерактивная доска).

Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007

Kaspersky Endpoint Security для бизнеса - Стандартный Russian Edition. 1500-2499 Node 1 year Educational Renewal Licence

Операционная система Microsoft Windows 10

Adobe Reader XI (11.0.08) - Russian Adobe Systems Incorporated 10.11.2014 187,00 MB 11.0.08

7-Zip 9.20

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. IPR BOOKS: электронно-библиотечная система. – URL: <http://www.iprbookshop.ru>
2. Web of Science: политематическая реферативно-библиографическая и наукометрическая база данных . – URL: <https://apps.webofknowledge.com>
3. Консультант студента. Гуманитарные науки: электронно-библиотечная система. – URL: <https://www.studentlibrary.ru>
4. Научная электронная библиотека «КиберЛенинка». – URL: <https://cyberleninka.ru>
5. Научная электронная библиотека eLIBRARY.ru. – URL: <https://elibrary.ru>
6. Президентская библиотека имени Б.Н. Ельцина. – URL: <https://www.prilib.ru>
7. Российская государственная библиотека. – URL: <https://www.rsl.ru>
8. Российская национальная библиотека. – URL: <http://nlr.ru>
9. Университетская библиотека онлайн: электронно-библиотечная система. – URL: <https://biblioclub.ru>
10. Электронная библиотека РФФИ. – URL: <https://www.rfbr.ru/rffi/ru/library>
11. Электронный каталог Фундаментальной библиотеки ТГУ. – URL: <http://biblio.tsutmb.ru/elektronnyij-katalog>
12. Юрайт: электронно-библиотечная система. – URL: <https://urait.ru>

Электронная информационно-образовательная среда

https://auth.tsutmb.ru/authorize?response_type=code&client_id=moodle&state=xyz

Взаимодействие преподавателя и студента в процессе обучения осуществляется посредством мультимедийных, гипертекстовых, сетевых, телекоммуникационных технологий, используемых в электронной информационно-образовательной среде университета.