Приложение 5

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

УТВЕРЖДАЮ:
Директор института



Т. М. Кожевникова
«17» июня 2026 г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

по дисциплине Б1.В.ДВ.05.2 Медиаконтент в цифровой среде (мессенджеры)

Направление подготовки/специальность: 42.04.02 - Журналистика

Профиль/направленность/специализация: Журналистика цифровой среды

Уровень высшего образования: магистратура

Квалификация: Магистр

год набора: 2026

Тамбов, 2026

Автор программы:
Кандидат филологических наук, Иванова Мария Михайловна

Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика (уровень магистратуры) (приказ Министерства образования и науки РФ от «08» июня 2017 г. № 529).

Рабочая программа принята на заседании Кафедры журналистики, рекламы и связей с общественностью «16» июня 2026 г. Протокол № 11

Рассмотрена и одобрена на заседании Ученого совета Института экономики, информационных технологий и креативных индустрий, Протокол от «17» июня 2026 г. № 10.

СОДЕРЖАНИЕ

1. Цели и задачи дисциплины…… 4

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры…… 5

3. Объем и содержание дисциплины…… 5

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства…… 7

5. Методические указания для обучающихся по освоению дисциплины (модуля)…….. 12

6. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины…… 13

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины, программное обеспечение, профессиональные базы данных и информационные справочные системы……. 14

1. Цели и задачи дисциплины

1.1 Цель дисциплины – формирование компетенций:

ПК-3 Способность осуществлять авторскую деятельность с целью создания медийных проектов повышенной сложности

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

- авторский
- научно-исследовательский
- редакторский

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
	ПК-3 Способность осуществлять авторскую деятельность с целью создания медийных проектов повышенной сложности	Разрабатывает контент и ведет мессенджеры как канал массовой информации

1.5 Согласование междисциплинарных связей дисциплин, обеспечивающих освоение компетенций:

ПК-3 Способность осуществлять авторскую деятельность с целью создания медийных проектов повышенной сложности

№ п/п	Наименование дисциплин, определяющих междисциплинарные связи	Форма обучения	
		Очная (семестр)	
		3	4
1	Блогинг и видеоблогинг в медиасфере	+	
2	Медиаконтент в цифровой среде (социальные сети)		+
3	Медиапродукт в цифровой среде (подкастинг)		+
4	Медиапродукт в цифровой среде (проектирование вебсайтов)		+

5	Научно-исследовательская работа	+	

2. Место дисциплины в структуре ОП магистратуры:

Дисциплина «Медиаконтент в цифровой среде (мессенджеры)» относится к части, формируемой участниками образовательных отношений, учебного плана ОП по направлению подготовки 42.04.02 - Журналистика.

Дисциплина «Медиаконтент в цифровой среде (мессенджеры)» изучается в 4 семестре.

3.Объем и содержание дисциплины

3.1.Объем дисциплины: 4 з.е.

Очная: 4 з.е.

Вид учебной работы	Очная (всего часов)
Общая трудоёмкость дисциплины	**144**
Контактная работа	18
Лекции (Лекции)	6
Практические (Практ. раб.)	12
Самостоятельная работа (СР)	90
Экзамен	36

3.2.Содержание курса:

№ темы	Название раздела/темы	Вид учебной работы, час.			Формы текущего контроля
		Лекции	Практ. раб.	СР	
		О	О	О	
4 семестр					
1	Мессенджеры в современном информационном обществе.	2	3	22	Собеседование
2	Особенности маркетинга на площадке мессенджеров.	1	3	22	Тестирование
3	Пользователи мессенджеров – особенности, характеристика, типология.	1	3	22	Собеседование
4	Современные СМИ в мессенджерах.	2	3	24	Собеседование; Тестирование

Тема 1. Мессенджеры в современном информационном обществе. (ПК-3)

Лекция.

История появления мессенджеров. Понятие мессенджеров в контексте информационного общества. Влияние мессенджеров на механизмы распространения информации в обществе. Влияние мессенджеров на общество в целом. Психологические аспекты. Области использования мессенджеров. Отличия мессенджеров по аудитории и назначению. Основные мессенджеры в пространстве СНГ, их отличия и специфика. Основные российские мессенджеры, особенности аудиторий в них.

Практическое занятие.

Обсуждение со студентами конкретных примеров использования мессенджеров в различных областях.

Задания для самостоятельной работы.

Анализ личного опыта использования мессенджеров.

Тема 2. Особенности маркетинга на площадке мессенджеров. (ПК-3)

Лекция.

Пространство мессенджеров как презентационная площадка для товаров и услуг. Классический и интернет-маркетинг через призму мессенджеров: особенности и механизмы существования. Использование классического маркетинга при работе в мессенджерах. Сегментация пользователей. Анализ аудитории. SMM как совокупность мер по продвижению товаров, услуг, брендов, формированию имиджа и анализу аудитории. Использование рекламного инструментария при работе с мессенджерами. Отличия маркетинговых приемов в разных социальных сетях. Стратегия и методы вирусного маркетинга в мессенджерах. Особенности скрытого маркетинга.

Практическое занятие.

1 Принципы анализа пользователей мессенджеров.
2 Особенности восприятия информации аудиториями разных мессенджеров.
3 Переупаковка контента для разных мессенджеров исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения.

Задания для самостоятельной работы.

Социально-демографические и географические характеристики пользователей мессенджеров.

Тема 3. Пользователи мессенджеров – особенности, характеристика, типология. (ПК-3)

Лекция.

Понятие и явление пользователей мессенджеров. Механизмы дифференцирования и классификации аудиторного поля. Особенности взаимодействия с каждой из групп аудитории. Принципы анализа пользователей мессенджеров. Особенности восприятия информации пользователями различных мессенджеров. Переупаковка контента для разных мессенджеров исходя из предпочтений аудитории и паттернов ее поведения. Социально-демографические и географические характеристики пользователей мессенджеров.

Практическое занятие.

1 Влияние мессенджеров на работу журналиста и редакции.
2 SMM как новая профессия.
3 Типы контента СМИ для социальных сетей, переупаковка и создание специального контента.
4 Ключевые показатели эффективности работы в мессенджерах.

Задания для самостоятельной работы.

Анализ ключевых показателей для заказчика и для самостоятельного контроля

Тема 4. Современные СМИ в мессенджерах. (ПК-3)

Лекция.

Место СМИ на площадках мессенджеров, их роль и способы взаимодействия с аудиторией. Изменение подхода к роли средств массовой информации в контексте мессенджеров. Критерии отбора авторов и контента для публикации на площадках СМИ в мессенджерах. Выбор стратегии и площадок присутствия. Благоприобретения СМИ, цели и задачи. Отличия продвижения СМИ от продвижения продуктов.Влияние мессенджеров на работу журналиста и редакции. SMM как новая профессия. Типы контента СМИ для мессенджеров. Ключевые показатели эффективности работы в мессенджерах. Вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика. Поиск информации, работа с пользовательским контентом, очевидцами событий. Методы отбора материала – исходя из специфики ресурса, целевой аудитории

Практическое занятие.

1 Поиск информации, работа с очевидцами, работа с пользовательским контентом.
2 Работа с негативом, понятие «обратной связи» в мессенджерах.
3 Причины появления негатива.
4 Естественный негатив. Направленный негатив.

Задания для самостоятельной работы.

Разработка схемы работы с лидерами мнений и бренд-амбассадорами.

4. Контроль знаний обучающихся и типовые оценочные средства

4.1. Распределение баллов:

4 семестр

- посещаемость – 10 баллов
- текущий контроль – 70 баллов
- контрольные срезы – 2 среза по 10 баллов каждый
- премиальные баллы – 20 баллов

Распределение баллов по заданиям:

№ темы	Название темы / вид учебной работы	Формы текущего контроля / срезы	Max. кол-во баллов	Методика проведения занятия и оценки
1.	Мессенджеры в современном информационном обществе.	Собеседование	25	25-20 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией. 19-16 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией. 15-5 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме. Ниже 5. Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.
2.	Особенности маркетинга на площадке мессенджеров.	**Тестирование(контрольный срез)**	10	Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 7 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 4 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает.

3.	Пользователи мессенджеров – особенности, характеристика, типология.	Собеседование	25	25-20 Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией. 19-16 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией. 15-5 В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме. Ниже 5. Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.
4.	Современные СМИ в мессенджерах.	Собеседование	20	20 - Ответ соответствует теме, структура и оформление отвечает вышеперечисленным требованиям, студент свободно владеет материалом, демонстрирует глубокие, систематизированные знания, свободно отвечает на вопросы используя профессиональную терминологию. Ответ сопровождается презентацией. 15 – Ответ соответствует теме, структура и оформление в основном отвечает вышеперечисленным требованиям, студент владеет представленным материалом, отвечает на заданные вопросы. Ответ сопровождается презентацией. 10 - В ответе имеются недоработки, материал представлен в не рационально, использовано недостаточно источников, студент владеет неполной информацией по теме, затрудняется с ответами на задаваемые вопросы. Презентация выполнена не в полном объеме. 3-1 Тема раскрыта частично, поверхностно. Презентация не подготовлена.
		Тестирование(контрольный срез)	10	Тест состоит из 10 вопросов. 10 баллов – студент правильно отвечает на 100% вопросов в тесте; 7 баллов – студент правильно отвечает на 50% вопросов в тесте; 4 балла – студент правильно отвечает на 30% вопросов в тесте. Менее 30% правильных ответов баллов не дает.
5.	Посещаемость		10	10 баллов - студент посещал все лекционные и практические занятия
6.	Премиальные баллы		20	Дополнительные премиальные бал-лы могут быть начислены: – за написание реферата по одной из выбранных тем, выполненного на качественном уровне – 20 баллов; - постоянная активность во время практических занятий – 20 баллов; - участие с докладом во всероссий-ской конференции по тематике изу-чаемой дисциплины – 10 баллов; – полностью подготовленная к публикации статья по тематике в рамках дисциплины – – 10 баллов.
7.	Индивидуальные задания, с помощью которых можно набрать дополнительные баллы		90	Добор - студент может выполнить все задания текущего контроля.
8.	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

Собеседование

Тема 1. Мессенджеры в современном информационном обществе.

1 Карта основных транснациональных мессенджеров.
2 Отличия мессенджеров по аудитории и назначению.
3 Предпосылки появления мессенджеров в различных политических условиях и на различных уровнях развития общества.

Тема 3. Пользователи мессенджеров – особенности, характеристика, типология.

На примере нескольких аккаунтов СМИ в мессенджерах проанализировать специфику работы массмедиа на данной информационной площадке.

Ознакомиться с ведущими специалистами в области SMM и рассказать об одном из них.

Проанализировать на 2-3 примерах специфику контента СМИ на площадках мессенджеров.

Тема 4. Современные СМИ в мессенджерах.

Проанализировать типы контента СМИ для мессенджеров.

Выявить ключевые показатели эффективности работы в мессенджерах, дать им характеристику.

Дать определение понятиям вовлеченность, конверсия, лояльность, стоимость подписчика.

Тестирование

Тема 2. Особенности маркетинга на площадке мессенджеров.

Вопрос 1. Основное отличие подкаста от традиционного радио заключается в:

1.наличии музыкального сопровождения

2.доступности контента по запросу пользователя

3.отсутствии ведущего

Вопрос 2. Одной из ключевых задач саунд-дизайна в подкасте является:

1.увеличение длительности выпуска

2.создание атмосферы и эмоционального восприятия

3.замена авторского текста

Вопрос 3. Подкаст как медиапродукт ориентирован прежде всего на:

1.визуальное восприятие

2.аудиальное восприятие

3.текстовое восприятие

Вопрос 4. Главная особенность сторителлинга в подкасте:

1.отсутствие авторской позиции

2.передача информации через историю

3.использование только документальных материалов

Вопрос5. Подкаст-платформа выполняет функцию:

1.печати медиатекстов

2.создания радиочастот
3.распространения и хранения аудиоконтента
Вопрос 6. Одной из характеристик успешного подкаста является:
1.случайная структура выпуска
2.отсутствие тематической направленности
3.регулярность публикаций
Вопрос 7. Подкасты-интервью относятся к:
1.разговорным форматам
2.музыкальным форматам
3.интерактивным играм
Вопрос 8. Аудиобрендинг подкаста предполагает:
1.разработку сайта редакции
2.создание визуального логотипа
3.формирование узнаваемого звукового образа
Вопрос 9. Подкастинг относится к:
1.традиционным печатным СМИ
2.цифровым медиаформатам
3.технологиям эфирного телевидения
Вопрос 10. Для записи качественного подкаста особенно важно:
1.использование видеокамеры
2.наличие телевизионной студии
3.качественное звуковое оборудование

Тема 4. Современные СМИ в мессенджерах.

Вопрос 1. Какое понятие описывает ситуацию, когда пользователь видит в ленте только ту информацию, которая подтверждает его точку зрения?
1.эффект спирали молчания
2.эхо-камера
3.теория минимальных эффектов
Вопрос 2. Какая модель монетизации чаще всего используется блогерами в социальных сетях?
1.продажа печатных газет
2.нативная реклама и интеграции
3.государственные субсидии
Вопрос 3. Что такое «теневой бан» в социальных сетях?
1.полное удаление аккаунта администрацией
2.скрытие публикаций пользователя от его подписчиков без уведомления
3.автоматическая рассылка спама
Вопрос 4. Какую роль играет «алгоритмическая лента» в удержании внимания пользователя?
1.показывает посты строго в хронологическом порядке
2.подбирает контент на основе предыдущих лайков и времени просмотра
3.блокирует доступ к развлекательному контенту
Вопрос 5. Что является главным риском для журналиста, ведущего расследование в социальных сетях?
1.отсутствие доступа к интернету
2.деанонимизация и цифровая слежка (доксинг)
3.высокая стоимость бумаги для печати заметок
Вопрос 6. Что определяет жанр подкаста?
1.длительность выпуска
2.количество ведущих

3.выбранная тема

Вопрос 7. Кто отвечает за монтаж аудио в стандартной команде подкаста?

1.ведущий

2.продюсер

3.звукорежиссер

Вопрос 8. Видеоподкаст обязательно содержит:

1.живую дискуссию

2.спецэффекты

3.видеоряд

Вопрос 9. Что обычно делают при запуске нового подкаста?

1.записывают 10 сезонов сразу

2.приглашают всех подписчиков

3.записывают пилотный выпуск

Вопрос 10. Монолог применяется как художественный прием:

1.в любом варианте подкаста

2.если вы хороший рассказчик

3. в зависимости от жанра

4.3 Промежуточная аттестация по дисциплине проводится в форме экзамена

Типовые вопросы экзамена (ПК-3)

1. Социальные сети в контексте информационного общества.
2. Основные характеристики и функции, специфика социальных сетей как средства коммуникации.
3. Этапы развития коммуникационных технологий Интернета. Технологическая платформа Веб 2.0.
4. Особенности PR и маркетинга в эпоху Веб 2.0.
5. Общая характеристика языка сети Интернет. Дискурсивные характеристики текстов социальных сетей.
6. Специфика социальной сети ВКонтакте: аудитория, инструменты, типы контента.
7. Специфика социальной сети Одноклассники: аудитория, география, инструменты, типы контента.
8. Специфика социальной сети MAX: аудитория, инструменты, типы контента.
9. Реклама в социальной сети Вконтакте: возможности таргетирования, форматы рекламы, понятие посева.
10. Типы контента социальных сетей.

Типовые задания для экзамена (ПК-3)

Типовые темы рефератов:

1. Понятие Интернета и социальных сетей, их роль в рекламе и в системе связей с общественностью.
2. Эволюционные процессы в Интернет-технологиях и социальных сетях.
3. Интернет, как основа для развития Socila media.
4. Влияние воздействия социальных сетей на трансформацию мышления пользователей.
5. Разновидности коммуникаций и коммуникантов в Интернете.
6. Электронная коммуникация в системе коммуникационных каналов.
7. Интернет - сервисы, в системе Интернет-коммуникаций.
8. Особенности формирования доменов.
9. Понятие Интернет - аудитории, пользователи, целевой аудитории, целевых групп.

10 Характеристика мировой аудитории социальных сетей.

4.4. Шкала оценивания промежуточной аттестации

Оценка	Компетенции	Дескрипторы (уровни) – основные признаки освоения (показатели достижения результата)
«отлично» (85 - 100 баллов)	ПК-3	На высоком уровне разрабатывает контент и ведет социальные сети как канал массовой информации
«хорошо» (70 - 84 баллов)	ПК-3	На достаточном уровне разрабатывает контент и ведет социальные сети как канал массовой информации
«удовлетворительно» (50 - 69 баллов)	ПК-3	На низком уровне разрабатывает контент и ведет социальные сети как канал массовой информации
«неудовлетворительно» (менее 50 баллов)	ПК-3	Не разрабатывает контент и не ведет социальные сети как канал массовой информации

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 презентаци, 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. Шпаковский В. О., Розенберг Н. В., Егорова Е. С. Интернет-журналистика и интернет-реклама : учебное пособие. - 2-е изд.. - Москва, Вологда: Инфра-Инженерия, 2025. - 248 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=727248

2. Авдонина Н. С. Новостная интернет-журналистика : учебник для вузов. - Москва: Юрайт, 2025. - 183 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/567859

3. Баранова Е. А. Конвергентная журналистика : учебник для вузов. - пер. и доп; 2-е изд.. - Москва: Юрайт, 2025. - 157 с. - Текст : электронный // ЭБС «ЮРАЙТ» [сайт]. - URL: https://urait.ru/bcode/560362

6.2 Дополнительная литература:

1. Ермолова, Н. Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - 2021-06-10; Продвижение бизнеса в социальных сетях Facebook, Twitter, Google+. - Москва: Альпина Паблишер, 2019. - 408 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/86789.html

2. Калмыков А. А., Коханова Л. А. Интернет-журналистика : учебное пособие. - Москва: Юнити, 2015. - 383 с. - Текст : электронный // ЭБС «Университетская библиотека онлайн» [сайт]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712

3. Чумиков, А. Н., Бочаров, М. П., Тишкова, М. В. PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. - 2021-08-31; PR в Интернете: web 1.0, web 2.0, web 3.0. - Москва: Альпина Паблишер, 2020. - 131 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/96860.html

4. Звягинцева, О. С., Кенина, Д. С., Бабкина, О. Н., Исаенко, А. П. Коммуникационный менеджмент : учебное пособие. - Весь срок охраны авторского права; Коммуникационный менеджмент. - Ставрополь: Ставропольский государственный аграрный университет, 2019. - 132 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/109384.html

5. Васильева, Е. Ю., Сергиевская, Н. В. Коммуникационный менеджмент : учебно-методическое пособие. - 2026-08-02; Коммуникационный менеджмент. - Москва: МИСИ-МГСУ, ЭБС АСВ, 2020. - 44 c. - Текст : электронный // IPR BOOKS [сайт]. - URL: http://www.iprbookshop.ru/101795.html

6.3 Иные источники:

1. ЭБС «Znanium.com» - http://www.znanium.com/index.php?item=main

2. Словари и энциклопедии он-лайн - http://dic.academic.ru - http://dic.academic.ru

3. Большая советская энциклопедия - http://slovari.yandex.ru/dict/bse/article/00084/17900.htm

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:

7-Zip 9.20

Adobe acrobat

Microsoft Office Профессиональный плюс 2007
Microsoft Windows 10
Office 2007

Профессиональные базы данных и информационные справочные системы:

1. Государственная информационная система «Национальная электронная библиотека» . – URL: https://rusneb.ru
2. Российская государственная библиотека: официальный сайт. – URL: https://www.rsl.ru
3. Российская национальная библиотека: официальный сайт. – URL: http://nlr.ru
4. Электронная библиотека ТГУ. – URL: https://elibrary.tsutmb.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.