

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Санкт-Петербургский государственный университет промышленных технологий и дизайна»
(СПбГУПТД)

УТВЕРЖДАЮ
Первый проректор, проректор по
УР

_____ А.Е. Рудин

Рабочая программа дисциплины

Б1.О.18 Интернет-журналистика

Учебный план: 2024-2025 42.03.02 ВШПМ Журналистика ОО №1-1-23.plx

Кафедра: **17** Журналистики и медиатехнологий СМИ

Направление подготовки:
(специальность) 42.03.02 Журналистика

Профиль подготовки: Журналистика
(специализация)

Уровень образования: бакалавриат

Форма обучения: очная

План учебного процесса

Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа обучающихся		Сам. работа	Контроль, час.	Трудоё мкость, ЗЕТ	Форма промежуточной аттестации	
	Лекции	Практ. занятия					
5	УП	17	34	56,75	0,25	3	Зачет
	РПД	17	34	56,75	0,25	3	
6	УП	17	34	30	27	3	Экзамен
	РПД	17	34	30	27	3	
Итого	УП	34	68	86,75	27,25	6	
	РПД	34	68	86,75	27,25	6	

Санкт-Петербург
2024

Рабочая программа дисциплины составлена в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования по направлению подготовки 42.03.02 Журналистика, утверждённым приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 г. № 524

Составитель (и):

кандидат филологических наук, Доцент

Олешкевич Валерия
Владимировна

От кафедры составителя:

Заведующий кафедрой журналистики и
медиа технологий сми

Шелонаев Сергей
Игоревич

От выпускающей кафедры:

Заведующий кафедрой

Шелонаев Сергей
Игоревич

Методический отдел:

1 ВВЕДЕНИЕ К РАБОЧЕЙ ПРОГРАММЕ ДИСЦИПЛИНЫ

1.1 Цель дисциплины: Сформировать компетенции обучающегося в области Интернет-журналистики

1.2 Задачи дисциплины:

- сформировать знания в области тенденций, действующих в медиасреде Интернет и индустрии сетевых СМИ
- сформировать навыки в области создания материалов для публикации в интернет-изданиях
- сформировать умения в области подготовки цифрового контента к публикации

1.3 Требования к предварительной подготовке обучающегося:

Предварительная подготовка предполагает создание основы для формирования компетенций, указанных в п. 2, при изучении дисциплин:

- Тележурналистика
- Стилистика жанров СМИ
- Информационные технологии
- Журналистика печатных СМИ
- Радиожурналистика

2 КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

ОПК-6: Способен понимать принципы работы современных информационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной деятельности
Знать: Методы использования цифровых технологий в интернет -журналистике
Уметь: Отбирать для создания медиапродукта необходимое техническое оборудование и программное обеспечение
Владеть: Навыками применения цифровых устройств в процессе создания журналистского продукта для интернет СМИ

3 РЕЗУЛЬТАТЫ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Наименование и содержание разделов, тем и учебных занятий	Семестр (курс для ЗАО)	Контактная работа		СР (часы)	Инновац. формы занятий	Форма текущего контроля
		Лек. (часы)	Пр. (часы)			
Раздел 1. Интернет-журналистика в системе СМИ	5					
Тема 1. Исторический экскурс в становление интернет-журналистики в России. Первое интернет-подключение. Четыре периода становления интернет-СМИ. Авторские проекты как прародители онлайн-медиа. Коммерциализация онлайн- медиа. Зарождение блоггерства и первые конфронтации с журналистикой («Манифест Сетевой литературы»).		4	10	14	ГД	П
Тема 2. Интернет-СМИ в процессе глобализации Начало эпохи Web 2.0. Процессы дигитализации и конвергенции. Место и роль интернет-журналистики в системе СМИ. Понятия глобализация и регионализация. Плюсы и минусы глобализма и регионализма. Роль интернет-СМИ в формировании глобального общества. Аудитория веб-ресурсов. Специфика менеджмента веб-проектов. Цель по SMART в планировании интернет-издания. Понятие гипертекстуальности и ее роль в жизни современных интернет-СМИ. <u>Работа с гипертекстами.</u>		6	10	20	ГД	
Раздел 2. Принципы создания цифрового контента и способы его коммерциализации						П

<p>Тема 3. Особенности работы с текстом Интернет-СМИ. Особенности построения текста для Интернет-СМИ. Структурные и содержательные особенности текстов для Интернет-СМИ. Предварительная подготовка материала к публикации в конвергентных СМИ. Требования к публикации. Требования к текстовой информации, представляемой для публикации в сети Интернет. Технологии обработки и представления текстовой информации на Интернет-ресурсах: оптимизация, семантическая релевантность и копирайтинг. Закон «О рекламе» и его применение на интернет-ресурсах. Глобальность, сегментированность аудитории, интерактивность и диалогичность как инструменты продвижения контента в интернете. Виды рекламы в интернете и ее применение в онлайн-СМИ. Нативная реклама. Опыт первых нативных интеграций международных компаний в медиасферу. Структурные особенности нативных текстов. Восприятие коммерческих текстов аудиторией и способы взаимодействия с ними.</p>		4	8	12,75	ГД	
<p>Тема 4. Роль интернет-СМИ в формировании мировоззрения молодого человека Понятие молодежной аудитории. Опыт исследования молодежной аудитории и СМИ советского периода. Молодежная аудитория и первые веб-блоги в России. Психологические аспекты взаимодействия интернет-платформ с молодежью. Мотивы обращения молодежи к интернет-СМИ. Тенденции взаимодействия аудитории с онлайн-изданиями: потребности, возможности и желания. Современные медиа и их аудитория.</p>		3	6	10	ГД	
<p>Итого в семестре (на курсе для ЗАО)</p>		17	34	56,75		
<p>Консультации и промежуточная аттестация (Зачет)</p>		0,25				
<p>Раздел 3. Журналистика и социальные сети</p>						
<p>Тема 5. Социальные сети как тенденция продвижения интернет-СМИ. Журналистская деятельность в блогах. Размытие профессиональных границ журналиста – мультимедийность навыков. Тенденции ухода онлайн-СМИ с сайтов и переход в социальные сети. Принципы продвижения текстовых публикаций в сети Интернет. Журналистика в мессенджерах (опыт Telegram). Новые возможности журналистики в социальных сетях. Конвергенция на уровне сайта и социальных медиа. Переход к формату shorts: новые запросы аудитории на быстрое получение упакованной информации.</p>	6	4	10	14	ГД	П

Тема 6. SWOT-анализ в системе SMM. Тенденции присутствия людей в социальных сетях. Причины, по которым люди переходят в социальные сети. Социальные сети и специфика их работы: контент, дизайн, взаимодействие с аудиторией, преимущества и недостатки. Метод SWOT-анализа: четыре составляющие матрицы SWOT. Применение SWOT-анализа в сфере социальных медиа.	6	10	6	ГД	
Раздел 4. SMM-тренды и новые возможности передачи контента					
Тема 7. Принципы создания материалов для интернет-медиа и социальных сетей. Необходимость работы с контент-планом. Разновидности контент-плана. Психологические особенности формирования сетки публикаций. интернет-журналистике. Типы аккаунтов, типы постов. Приемы дополненной реальности (хештеги, маски, стикеры) и их значимость в продвижении контента. Анализ контент-плана, правила работы с текстовым и видеоматериалом в социальных сетях.	4	8	4	ГД	П
Тема 8. Социальные медиа и их продвижение. Персонализация, нативная интеграция (product placement, спонсорские публикации, спецпроекты). Умная лента, контекстная реклама. Live-видео: стримы и их классификация. Мессенджеры и чат-боты. Исчезающий контент, ситуативный маркетинг. Переход к микроинфлюенсерам.	3	6	6	ГД	
Итого в семестре (на курсе для ЗАО)	17	34	30		
Консультации и промежуточная аттестация (Экзамен)		2,5	24,5		
Всего контактная работа и СР по дисциплине		104,75	111,25		

4 КУРСОВОЕ ПРОЕКТИРОВАНИЕ

Курсовое проектирование учебным планом не предусмотрено

5. ФОНД ОЦЕНОЧНЫХ СРЕДСТВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ

5.1 Описание показателей, критериев и системы оценивания результатов обучения

5.1.1 Показатели оценивания

Код компетенции	Показатели оценивания результатов обучения	Наименование оценочного средства
ОПК-6	<ul style="list-style-type: none"> - перечисляет основные принципы применения цифровых технологий при подготовке медийного контента к публикации в конвергентных СМИ - определяет тип представления визуального и текстового материала, подходящий к формату интернет-издания и отвечающий задачам онлайн-трансляции - проектирует содержательную модель и визуальную концепцию Интернет-СМИ с учетом новейших тенденций в организации новых медиа 	Тестирование, практико-ориентированные задания, вопросы для устного собеседования

5.1.2 Система и критерии оценивания

Шкала оценивания	Критерии оценивания сформированности компетенций	
	Устное собеседование	Письменная работа

5 (отлично)	<p>Студент представил бизнес-план собственного журналистского проекта, осуществляемого в течение семестра в социальных сетях в команде (до 3-х человек) или персонально. Проект должен быть реализован в течение семестра в соответствии с заданиями, данными преподавателем на практических занятиях. В презентации бизнес-плана канала (публика, сообщества) студент отразил все необходимые критерии, которые были изучены в ходе дисциплины. Проект представляет собой уникальный продукт. Презентация оформлена в соответствии с тематикой издания, грамотно, без технических, лингвистических, грамматических, смысловых и пунктуационных ошибок.</p> <p>В процессе ответа на теоретический вопрос студент продемонстрировал высокий уровень теоретического освоения материала по дисциплине и умение анализировать современные медиапроцессы.</p>	
4 (хорошо)	<p>Студент представил бизнес-план собственного журналистского проекта, осуществляемого в течение семестра в социальных сетях в команде (до 3-х человек) или персонально. Проект должен быть реализован в течение семестра в соответствии с заданиями, данными преподавателем на практических занятиях. В презентации бизнес-плана канала (публика, сообщества) студент отразил все необходимые критерии, которые были изучены в ходе дисциплины. Проект представляет собой уникальный продукт. Презентация оформлена в соответствии с тематикой издания, грамотно, без технических, лингвистических, грамматических, смысловых и пунктуационных ошибок.</p> <p>В процессе ответа на теоретический вопрос студент продемонстрировал средний уровень теоретического освоения материала по дисциплине и умение анализировать современные медиапроцессы.</p>	
3 (удовлетворительно)	<p>Студент представил бизнес-план собственного журналистского проекта, который частично был осуществлен: наблюдаются временные пробелы в ведении проекта, сбиты сроки публикаций и работы в целом. в течение семестра в социальных сетях в команде (до 3-х человек) или персонально. Или же студент грамотно реализовал проект, но не отобразил подробный бизнес-план. Проект должен быть реализован в течение семестра в соответствии с заданиями, данными преподавателем на практических занятиях. В презентации бизнес-плана канала (публика, сообщества) студент не отразил все необходимые критерии, которые были изучены в ходе</p>	

	дисциплины. Презентация оформлена с ошибками. В процессе ответа на теоретический вопрос студент продемонстрировал низкий уровень теоретического освоения материала по дисциплине, неуверенно анализирует современные медиапроцессы.	
2 (неудовлетворительно)	Студент представил неполный бизнес-план собственного журналистского проекта для социальных сетей. При этом у него отсутствует «продукт» – реализация запланированного канала (публика, сообщества) или же есть базовый продукт (страница), но она не наполнена. Презентация выполнена частично и не отражает в полной мере критерии, заданные преподавателем. Идея проекта не является уникальной, выступает «копией» уже существующего. Презентация выполнена небрежно, «на скорую руку», с ошибками. Студент не допускается к теоретическому вопросу.	
Зачтено		Студент верно ответил на 50% вопросов в тестовом формате
Не зачтено		Студент ответил верно менее чем на 50% вопросов

5.2 Типовые контрольные задания или иные материалы, необходимые для оценки знаний, умений, навыков и (или) опыта деятельности

5.2.1 Перечень контрольных вопросов

№ п/п	Формулировки вопросов
Семестр 6	
1	Интернет-медиа в современной системе СМИ. Понятия «дигитализация» и «конвергенция».
2	История становления интернет-журналистики в России: первый период (1993-1998 гг.).
3	История становления интернет-журналистики в России: онлайн-СМИ и блоги.
4	История становления интернет-журналистики в России: эпоха Web 2.0.
5	Понятия информационной и СМИ неграмотности. Проблемы современного общества.
6	Понятие «глобализация». Подходы в изучении термина, цель глобализма, его проблемы и формы.
7	Глобализация и СМИ.
8	Интернет как основа глобализации СМИ. Проблемы глобализации СМИ.
9	Понятие «регионализация». Подходы в изучении термина, цель регионализации, ее плюсы и минусы.
10	Глобализация и регионализация медиа. Сопоставительный анализ.
11	Аудитория интернет-медиа: особенности медиапотребления, требования к современному интернет-пользователю.
12	Специфика менеджмента веб-проектов: концепция, контент, трафик, дизайн. Список менеджерских задач.
13	Цель по SMART: значение и применение в работе. Плюсы и минусы методики.
14	Гипертекст: определения, характеристики, положительные и отрицательные свойства.
15	Гипертекст: определения и значение в современных интернет-СМИ.
16	Интернет-реклама: важные понятия из Федерального закона «О рекламе», признаки и преимущества рекламы в интернете.
17	Виды рекламы в интернете.
18	Нативная реклама: история появления, черты, структурные особенности текстов, плюсы и минусы.
19	Product placement: определение, практические особенности, плюсы и минусы.
20	Молодежная аудитория СМИ. Исторический экскурс.

21	Взаимодействие современной молодежи с интернет-СМИ. Этапы включения в онлайн-медиа.
22	Тенденции присутствия общества в социальных сетях.
23	Метод SWOT-анализа: значение и применение в работе.
24	Инструмент «Персона». Способы формирования персон.
25	Работа в социальных сетях: типы аккаунтов и постов, правила составления постов.
26	Журналист и SMM-специалист: схожие и различные черты профессии.
27	Работа в социальных сетях: контент-план и его составляющие. Анализ контент-плана.
28	Понятия digital-коммуникации, SMM и социальных медиа. Разновидности социальных медиа.
29	Тренды SMM-продвижения: персонализация и умная лента.
30	Тренды SMM-продвижения: видеоконтент.
31	Тренды SMM-продвижения: мессенджеры, чат-боты и исчезающий контент.
32	Тренды SMM-продвижения: работа с микроинфлюенсерами, ситуативный маркетинг и подкасты.

5.2.2 Типовые тестовые задания

Типовые тестовые задания находятся в Приложении к данному РПД

5.2.3 Типовые практико-ориентированные задания (задачи, кейсы)

Зачет в осеннем семестре (5-ый семестр) представляет собой два этапа: защита медиапроекта и тестовое задание. Под медиапроектом понимается презентация бизнес-плана собственного интернет-СМИ, создающегося в процессе практических занятий курса. Медиапроект допускает включение в себя тестовой версии готового продукта, который студент может выполнить по собственному желанию.

Экзамен в весеннем семестре (6-ой семестр) проводится также в два этапа. Первый этап – командная защита медиапроекта в рамках практических занятий в конце семестра. Второй этап – устный ответ на теоретический вопрос по теории, изученной в течение учебного года. Под медиапроектом в весеннем семестре понимается создание журналистского продукта в социальных сетях (площадка на выбор студентов) в команде (до 3-х человек), его ведение и бизнес-план. Защита медиапроекта является допуском к теоретической части. Время на подготовку устного ответа по теоретическому вопросу составляет 20 минут, ответ должен длиться не более 10 минут.

5.3 Методические материалы, определяющие процедуры оценивания знаний, умений, владений (навыков и (или) практического опыта деятельности)

5.3.1 Условия допуска обучающегося к промежуточной аттестации и порядок ликвидации академической задолженности

Проведение промежуточной аттестации регламентировано локальным нормативным актом СПбГУПТД «Положение о проведении текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся»

5.3.2 Форма проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Устная Письменная Компьютерное тестирование Иная

5.3.3 Особенности проведения промежуточной аттестации по дисциплине

Зачет в пятом семестре представляет собой два этапа: защита медиапроекта и тестовое задание. Под медиапроектом понимается презентация бизнес-плана собственного интернет-СМИ, создающегося в процессе практических занятий курса. Медиапроект допускает включение в себя тестовой версии готового продукта, который студент может выполнить по собственному желанию. При прохождении теста учащийся не имеет возможности пользоваться словарями, справочниками, иными материалами, а также ресурсами сети Интернет.

6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

6.1 Учебная литература

Автор	Заглавие	Издательство	Год издания	Ссылка
6.1.1 Основная учебная литература				
Корочкова С. А.	Рекламные и PR-коммуникации в глобальной медиаиндустрии	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=20239459
Семенов, Ю. А.	Процедуры, диагностики и безопасность в Интернет	Москва: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Ай Пи Ар Медиа	2022	https://www.iprbooks.hop.ru/120489.html

6.1.2 Дополнительная учебная литература				
Кислицына А. А.	Маркетинг социальных медиа	Санкт-Петербург: СПбГУПТД	2023	http://publish.sutd.ru/tp_ext_inf_publish.php?id=2023144
Калмыков, А. А., Коханова, Л. А.	Интернет-журналистика	Москва: ЮНИТИ-ДАНА	2017	http://www.iprbookshop.ru/81774.html
Артемов, А. В.	Мониторинг информации в интернете	Орел: Межрегиональная Академия безопасности и выживания (МАБИВ)	2014	https://www.iprbookshop.ru/33429.html
Аверченков, В. И., Заболеева-Зотова, А. В., Казаков, Ю. М., Леонов, Е. А., Рощин, С. М.	Система формирования знаний в среде Интернет	Брянск: Брянский государственный технический университет	2012	http://www.iprbookshop.ru/7006.html
Устюжанина, Д. А.	Интернет-журналистика	Красноярск: Сибирский федеральный университет	2019	https://www.iprbookshop.ru/100022.html
Кошелева А. Н.	Психология Интернет-коммуникации	Санкт-Петербург: Российский государственный педагогический университет им. А.И. Герцена	2015	http://www.iprbookshop.ru/51692.html

6.2 Перечень профессиональных баз данных и информационно-справочных систем

Электронно-библиотечная система IPRbooks // <http://www.iprbookshop.ru/>
 Электронно-библиотечная система «Юрайт» // <https://urait.ru/catalog/full>
 Научная электронная библиотека Elibrary // <https://www.elibrary.ru/>
 Google Scholar // <https://scholar.google.ru/>
 Информационная система «Единое окно доступа к образовательным ресурсам» // <http://window.edu.ru/>

6.3 Перечень лицензионного и свободно распространяемого программного обеспечения

Microsoft Windows
 MicrosoftOfficeProfessional
 Adobe Photoshop
 Google Forms

6.4 Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

Аудитория	Оснащение
Компьютерный класс	Мультимедийное оборудование, компьютерная техника с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду
Лекционная аудитория	Мультимедийное оборудование, специализированная мебель, доска