

Министерство науки и высшего образования РФ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Национальный исследовательский университет «МЭИ»

Направление подготовки/специальность: 42.03.01 Реклама и связи с общественностью

Наименование образовательной программы: Реклама и продвижение СМИ

Уровень образования: высшее образование - бакалавриат

Форма обучения: Заочная

Рабочая программа дисциплины
ОРГАНИЗАЦИЯ РАСПРОСТРАНЕНИЯ ПРОДУКЦИИ СМИ

Блок:	Блок 1 «Дисциплины (модули)»
Часть образовательной программы:	Часть, формируемая участниками образовательных отношений
№ дисциплины по учебному плану:	Б1.Ч.02.01
Трудоемкость в зачетных единицах:	9 семестр - 5;
Часов (всего) по учебному плану:	180 часов
Лекции	9 семестр - 8 часов;
Практические занятия	9 семестр - 12 часов;
Лабораторные работы	не предусмотрено учебным планом
Консультации	9 семестр - 2 часа;
Самостоятельная работа	9 семестр - 156,2 часа;
в том числе на КП/КР	не предусмотрено учебным планом
Иная контактная работа	9 семестр - 1,5 часа;
включая:	
Контрольная работа	
Промежуточная аттестация:	
Экзамен	9 семестр - 0,3 часа;

Москва 2020

ПРОГРАММУ СОСТАВИЛ:


Преподаватель

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Телегина И.Л.
	Идентификатор	Rde166e8d-TeleginaIL-6e52162c

И.Л. Телегина

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель
образовательной программы

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Веселов А.А.
	Идентификатор	R29a5051c-VeselovAIA-96f1d661

А.А. Веселов

Заведующий выпускающей
кафедрой

	Подписано электронной подписью ФГБОУ ВО «НИУ «МЭИ»	
	Сведения о владельце ЦЭП МЭИ	
	Владелец	Курилов С.Н.
	Идентификатор	R2f2f52fe-KurilovSN-7d2d7cde

С.Н. Курилов

1. ЦЕЛИ И ЗАДАЧИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

Цель освоения дисциплины: освоение теории журналистики, систем средств массовой информации и ее функционированием, со значением содержания и формы в создании произведений журналистики, показывает роль и место массовой информации в системе современной коммуникации.

Задачи дисциплины

- сформировать отчетливое представление о возможностях Интернета;
- рассмотреть основные принципы создания веб-сайтов периодических изданий;
- выявить возможности Интернета как информационного ресурса;
- сконцентрировать внимание на особенностях подготовки и выпуска Интернет-издания;
- ознакомить студентов с основными принципами веб-дизайна сетевых СМИ.

Формируемые у обучающегося **компетенции** и запланированные **результаты обучения** по дисциплине, соотнесенные с **индикаторами достижения компетенций**:

Код и наименование компетенции	Код и наименование индикатора достижения компетенции	Запланированные результаты обучения
ПК-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ИД-1 _{ПК-1} Поиск статистической и аналитической информации, характеризующей ситуацию на рынке продукции СМИ	знать: - этические вопросы распространения продукции СМИ. уметь: - применять законодательные аспекты распространения продукции СМИ.
ПК-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ИД-5 _{ПК-1} Анализ на основании имеющихся данных ситуации на рынке продукции СМИ	уметь: - использовать социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ; - продвигать онлайн-ресурсы.
ПК-1 способен организовывать маркетинговые исследования в области СМИ	ИД-6 _{ПК-1} Определение целевой аудитории потребителей продукции СМИ	уметь: - эффективно использовать новейшие информационные технологии в профессиональной деятельности.

2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ ВО

Дисциплина относится к основной профессиональной образовательной программе Реклама и продвижение СМИ (далее – ОПОП), направления подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, уровень образования: высшее образование - бакалавриат.

Базируется на уровне среднего общего образования.

Результаты обучения, полученные при освоении дисциплины, необходимы при выполнении выпускной квалификационной работы.

3. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

3.1 Структура дисциплины

Общая трудоемкость дисциплины составляет 5 зачетных единиц, 180 часов.

№ п/п	Разделы/темы дисциплины/формы промежуточной аттестации	Всего часов на раздел	Семестр	Распределение трудоемкости раздела (в часах) по видам учебной работы										Содержание самостоятельной работы/ методические указания	
				Контактная работа							СР				
				Лек	Лаб	Пр	Консультация		ИКР		ПА	Работа в семестре	Подготовка к аттестации /контроль		
КПР	ГК	ИККП	ТК												
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
1	Онлайн-ресурсы	28.70	9	1.6	-	2.4	-	0.4	-	0.30	-	24	-	<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение теоретического материала по онлайн-ресурсам</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u></p> <p>[2], п.1</p>	
1.1	Законодательные аспекты распространения продукции СМИ. Авторство	14.35		0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-		
1.2	Экономика распространения продукции СМИ	14.35		0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-		
2	Классификация сетевых СМИ	28.70		1.6	-	2.4	-	0.4	-	0.30	-	24	-		<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение теоретического материала по типам сетевых СМИ</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u></p> <p>[2], п.2</p>
2.1	Эффекты функционирования масс-медиа	14.35		0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-		
2.2	Этическая сторона распространения продукции СМИ	14.35		0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-		
3	Традиционные СМИ	28.70		1.6	-	2.4	-	0.4	-	0.30	-	24	-		<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение теоретического материала по традиционным СМИ</p> <p><u>Изучение материалов литературных источников:</u></p> <p>[2], п.3</p>
3.1	Масс-медиа в Интернете особенности функционирования	14.35		0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-		
3.2	Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ	14.35		0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-		
4	Организация работы	28.70	1.6	-	2.4	-	0.4	-	0.30	-	24	-	<p><u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа</p>		

	редакции сетевого СМИ												ориентирована на изучение теоретического материала по организации работы редакции сетевого СМИ <u>Изучение материалов литературных источников:</u>
4.1	Особенности функционирования Интернет-изданий	14.35	0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u>
4.2	Общие принципы создания контента для масс медиа в Интернете	14.35	0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-	[2], п.4
5	Хостинг и продвижения онлайн-ресурсов	29.20	1.6	-	2.4	-	0.4	-	0.30	-	24.5	-	<u>Подготовка к текущему контролю:</u> Работа ориентирована на изучение теоретического материала по хостингу и продвижению онлайн-ресурсов
5.1	Диджитал-маркетинг и реклама в Интернете: общая характеристика Digital-marketing	14.35	0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12	-	<u>Изучение материалов литературных источников:</u>
5.2	Технологии продвижения в Интернете	14.85	0.8	-	1.2	-	0.2	-	0.15	-	12.5	-	[1], п.5
	Экзамен	36.0	-	-	-	-	-	-	0.3	-	-	35.7	
	Всего за семестр	180.00	8.0	-	12.0	-	2.0	-	1.50	0.3	120.5	35.7	
	Итого за семестр	180.00	8.0	-	12.0	2.0		1.50	0.3		156.2		

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПр – аудиторные консультации по курсовым проектам/работам; ИККП – индивидуальные консультации по курсовым проектам/работам; ГК- групповые консультации по разделам дисциплины; СР – самостоятельная работа студента; ИКР – иная контактная работа; ТК – текущий контроль; ПА – промежуточная аттестация

3.2 Краткое содержание разделов

1. Онлайн-ресурсы

1.1. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ. Авторство
Правовой статус работников масс-медиа и представителей СМИ. Законодательная база организации распространения продукции СМИ в Интернете. Правовое регулирование Интернет-рекламы.

1.2. Экономика распространения продукции СМИ

Сущность медиаэкономики. Спрос и предложение в медиаэкономике. Медиарынок России. Тренд на видеоконтент. Тренд на образовательные платформы. СМИ и реклама. Бизнес-модели в управлении масс-медиа.

2. Классификация сетевых СМИ

2.1. Эффекты функционирования масс-медиа

Социокультурные и социально-психологические последствия распространения продукции СМИ. Эффекты влияния масс медиа на общество.

2.2. Этическая сторона распространения продукции СМИ

Этика журналистики. Основные принципы теории социальной ответственности. Этика и PR. Кодекс профессионального поведения и этики. Российский кодекс предпринимательской этики.

3. Традиционные СМИ

3.1. Масс-медиа в Интернете особенности функционирования

Характеристика веб-среды. Что нового привносит в журналистику Web. Интернет-ресурс. Списки рассылки. Варианты типологизации интернет-СМИ. Явление «новые медиа». Популярные платформы социальных медиа. Технические средства и IT-технологии, используемые для усовершенствования и продвижения сетевых медиа.

3.2. Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ

Специфика распространения. Формы интернет-журналистики. Сетевая журналистика в современном информационном обществе. Информационный жанр интернет-журналистики.

4. Организация работы редакции сетевого СМИ

4.1. Особенности функционирования Интернет-изданий

Специфические свойства Интернет-изданий. Формы интерактивности, используемые в сетевых СМИ. Классические СМИ в интернете. Продвижение СМИ в Интернете.

4.2. Общие принципы создания контента для масс медиа в Интернете

Особенности контента для сайтов. Подготовка плана статьи. Ключевые моменты во введении и заключении. Сканируемая читателями структура. Заголовки в интернет-текстах как инструмент продвижения.

5. Хостинг и продвижения онлайн-ресурсов

5.1. Диджитал-маркетинг и реклама в Интернете: общая характеристика Digital-marketing

Совокупность цифровых инструментов для продвижения бренда. Цифровой маркетинг и интернет-маркетинг. Рекламные инструменты. Функции ремаркетинга.

5.2. Технологии продвижения в Интернете

Регистрация в поисковых системах и каталогах Беларуси, России, стран СНГ и дальнего зарубежья. Баннеры. Рассылки писем. Рассылки новостей. «Промоушн» в Интернете. Анализ работы поисковых машин. Критерии определения рейтинга ресурса в различных поисковых системах и каталогах. Стратегическое планирование развития сетевого СМИ. Определение характера целевой аудитории. Использование статистических данных для разработки стратегии продвижения Интернет-издания.

3.3. Темы практических занятий

1. Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ;
2. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ;
3. Эффекты функционирования масс-медиа;
4. Технологии продвижения в Интернете.

3.4. Темы лабораторных работ

не предусмотрено

3.5 Консультации

Групповые консультации по разделам дисциплины (ГК)

1. Рассмотрение особенностей онлайн-ресурсов
2. Рассмотрение особенностей классификации сетевых СМИ
3. Рассмотрение особенностей традиционных СМИ
4. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Организация работы редакции сетевого СМИ"
5. Обсуждение материалов по кейсам раздела "Хостинг и продвижения онлайн-ресурсов"

3.6 Тематика курсовых проектов/курсовых работ

Курсовой проект/ работа не предусмотрены

3.7. Соответствие разделов дисциплины и формируемых в них компетенций

Запланированные результаты обучения по дисциплине (в соответствии с разделом 1)	Коды индикаторов	Номер раздела дисциплины (в соответствии с п.3.1)					Оценочное средство (тип и наименование)
		1	2	3	4	5	
Знать:							
этические вопросы распространения продукции СМИ	ИД-1ПК-1		+				Контрольная работа/Этические вопросы распространения продукции СМИ
Уметь:							
применять законодательные аспекты распространения продукции СМИ	ИД-1ПК-1	+					Контрольная работа/Законодательные аспекты распространения продукции СМИ
продвигать онлайн-ресурсы	ИД-5ПК-1				+		Контрольная работа/Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента
использовать социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ	ИД-5ПК-1			+			Контрольная работа/Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ
эффективно использовать новейшие информационные технологии в профессиональной деятельности	ИД-6ПК-1					+	Контрольная работа/Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама

4. КОМПЕТЕНТНОСТНО-ОРИЕНТИРОВАННЫЕ ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА ДЛЯ КОНТРОЛЯ ОСВОЕНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ ОБУЧЕНИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ (ТЕКУЩИЙ КОНТРОЛЬ УСПЕВАЕМОСТИ, ПРОМЕЖУТОЧНАЯ АТТЕСТАЦИЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ)

4.1. Текущий контроль успеваемости

9 семестр

Форма реализации: Компьютерное задание

1. Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама (Контрольная работа)
2. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)
3. Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента (Контрольная работа)
4. Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)
5. Этические вопросы распространения продукции СМИ (Контрольная работа)

Балльно-рейтинговая структура дисциплины является приложением А.

4.2 Промежуточная аттестация по дисциплине

Экзамен (Семестр №9)

Оценка определяется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе для студентов НИУ «МЭИ» на основании семестровой и аттестационной составляющих

В диплом выставляется оценка за 9 семестр.

Примечание: Оценочные материалы по дисциплине приведены в фонде оценочных материалов ОПОП.

5. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

5.1 Печатные и электронные издания:

1. Б. А. Калягин- "Современные средства массовой информации США", Издательство: "Директ-Медиа", Москва, Берлин, 2015 - (95 с.)
<https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=429421>;
2. Средства массовой информации России : учебное пособие для вузов по направлению 520600 и специальности 021400 "Журналистика" / М. И. Алексеева, [и др.] ; Ред. Я. Н. Засурский . – М. : Аспект Пресс, 2008 . – 380 с. - ISBN 978-5-7567-0427-3 ..

5.2 Лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

1. СДО "Прометей";
2. Office / Российский пакет офисных программ;
3. Windows / Операционная система семейства Linux;
4. Видеоконференции (Майнд, Сберджаз, ВК и др).

5.3 Интернет-ресурсы, включая профессиональные базы данных и информационно-справочные системы:

1. ЭБС Лань - <https://e.lanbook.com/>
2. ЭБС "Университетская библиотека онлайн" - http://biblioclub.ru/index.php?page=main_ub_red
3. Научная электронная библиотека - <https://elibrary.ru/>

4. Электронная библиотека МЭИ (ЭБ МЭИ) - <http://elib.mpei.ru/login.php>
5. Портал открытых данных Российской Федерации - <https://data.gov.ru>
6. База открытых данных Министерства труда и социальной защиты РФ - <https://rosmintrud.ru/opendata>
7. База открытых данных профессиональных стандартов Министерства труда и социальной защиты РФ - <http://profstandart.rosmintrud.ru/obshchiy-informatsionnyy-blok/natsionalnyy-reestr-professionalnykh-standartov/>
8. База открытых данных Министерства экономического развития РФ - <http://www.economy.gov.ru>
9. База открытых данных Росфинмониторинга - <http://www.fedsfm.ru/opendata>
10. Электронная открытая база данных "Polpred.com Обзор СМИ" - <https://www.polpred.com>

6. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ

Тип помещения	Номер аудитории, наименование	Оснащение
Учебные аудитории для проведения лекционных занятий и текущего контроля	Ж-417/6, Белая мультимедийная студия	стол компьютерный, доска интерактивная, компьютерная сеть с выходом в Интернет, мультимедийный проектор, компьютер персональный
	Ж-417/7, Световая черная студия	стул, компьютерная сеть с выходом в Интернет, микрофон, мультимедийный проектор, экран, оборудование специализированное, компьютер персональный
Учебные аудитории для проведения практических занятий, КР и КП	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Учебные аудитории для проведения промежуточной аттестации	Ж-417/1, Компьютерный класс ИДДО	стол преподавателя, стол компьютерный, шкаф для документов, шкаф для одежды, стол письменный, компьютерная сеть с выходом в Интернет, доска маркерная передвижная, компьютер персональный, принтер, кондиционер, стенд информационный
Помещения для самостоятельной работы	НТБ-201, Компьютерный читальный зал	стол компьютерный, стул, стол письменный, вешалка для одежды, компьютерная сеть с выходом в Интернет, компьютер персональный, принтер, кондиционер
Помещения для консультирования	Ж-200б, Конференц-зал ИДДО	стол, стул, компьютер персональный, кондиционер
Помещения для хранения оборудования и учебного инвентаря	Ж-417 /2а, Помещение для инвентаря	стеллаж для хранения инвентаря, экран, указка, архивные документы, дипломные и курсовые работы студентов, канцелярский принадлежности, спортивный инвентарь, хозяйственный инвентарь, запасные комплектующие для оборудования

БАЛЛЬНО-РЕЙТИНГОВАЯ СТРУКТУРА ДИСЦИПЛИНЫ

Организация распространения продукции СМИ

(название дисциплины)

9 семестр

Перечень контрольных мероприятий текущего контроля успеваемости по дисциплине:

- КМ-1 Законодательные аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)
- КМ-2 Этические вопросы распространения продукции СМИ (Контрольная работа)
- КМ-3 Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ (Контрольная работа)
- КМ-4 Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента (Контрольная работа)
- КМ-5 Диджитал-маркетинг и Интернет-реклама (Контрольная работа)

Вид промежуточной аттестации – Экзамен.

Номер раздела	Раздел дисциплины	Индекс КМ:	КМ-1	КМ-2	КМ-3	КМ-4	КМ-5
		Неделя КМ:	3	6	9	12	15
1	Онлайновые ресурсы						
1.1	Законодательные аспекты распространения продукции СМИ. Авторство		+				
1.2	Экономика распространения продукции СМИ		+				
2	Классификация сетевых СМИ						
2.1	Эффекты функционирования масс-медиа			+			
2.2	Этическая сторона распространения продукции СМИ			+			
3	Традиционные СМИ						
3.1	Масс-медиа в Интернете особенности функционирования				+		
3.2	Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ				+		
4	Организация работы редакции сетевого СМИ						
4.1	Особенности функционирования Интернет-изданий					+	
4.2	Общие принципы создания контента для масс медиа в Интернете					+	
5	Хостинг и продвижения онлайн-ресурсов						

5.1	Диджитал-маркетинг и реклама в Интернете: общая характеристика Digital-marketing					+
5.2	Технологии продвижения в Интернете					+
Вес КМ, %:		20	20	20	20	20