

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 - 8 часов; |
| Лабораторные работы | не предусмотрено учебным планом |
| Консультации | 9 семестр - 2 часа; |
| Самостоятельная работа | 9 семестр - 160,2 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 2021

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: - продвигать онлайн-ресурсы; - использовать социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ. |
| 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 | - | 1.6 | - | 0.4 | - | 0.30 | - | 24.8 | - | <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 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | | |
| 1.2 | Экономика распространения продукции СМИ | 14.35 | | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | | |
| 2 | Классификация сетевых СМИ | 28.70 | | 1.6 | - | 1.6 | - | 0.4 | - | 0.30 | - | 24.8 | - | | <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 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | | |
| 2.2 | Этическая сторона распространения продукции СМИ | 14.35 | | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | | |
| 3 | Традиционные СМИ | 28.70 | | 1.6 | - | 1.6 | - | 0.4 | - | 0.30 | - | 24.8 | - | | |
| 3.1 | Масс-медиа в Интернете особенности функционирования | 14.35 | | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | | <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> |
| 3.2 | Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ | 14.35 | | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | | |
| 4 | Организация работы | 28.70 | 1.6 | - | 1.6 | - | 0.4 | - | 0.30 | - | 24.8 | - | <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 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | <u>Изучение материалов литературных источников:</u> |
| 4.2 | Общие принципы создания контента для масс медиа в Интернете | 14.35 | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.4 | - | [2], п.4 |
| 5 | Хостинг и продвижения онлайн-ресурсов | 29.20 | 1.6 | - | 1.6 | - | 0.4 | - | 0.30 | - | 25.3 | - | <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 | 14.55 | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.6 | - | <u>Изучение материалов литературных источников:</u> |
| 5.2 | Технологии продвижения в Интернете | 14.65 | 0.8 | - | 0.8 | - | 0.2 | - | 0.15 | - | 12.7 | - | [1], п.5 |
| | Экзамен | 36.0 | - | - | - | - | - | - | 0.3 | - | - | 35.7 | |
| | Всего за семестр | 180.00 | 8.0 | - | 8.0 | - | 2.0 | - | 1.50 | 0.3 | 124.5 | 35.7 | |
| | Итого за семестр | 180.00 | 8.0 | - | 8.0 | 2.0 | | | 1.50 | 0.3 | 160.2 | | |

Примечание: Лек – лекции; Лаб – лабораторные работы; Пр – практические занятия; КПП – 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. Законодательные аспекты распространения продукции СМИ;
2. Эффекты функционирования масс-медиа;
3. Интернет-журналистика как способ распространения продукции СМИ;
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 |
| использовать социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ | ИД-5ПК-1 | | | + | | | Контрольная работа/Социокультурные и социально-психологические аспекты распространения продукции СМИ |
| продвигать онлайн-ресурсы | ИД-5ПК-1 | | | | + | | Контрольная работа/Особенности функционирования Интернет-изданий и создания онлайн-контента |
| 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 |