

ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



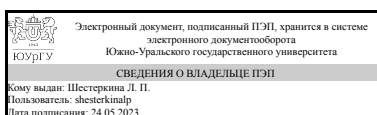
Л. П. Шестеркина

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА

дисциплины 1.Ф.15 Конвергенция в медиасреде
для направления 42.03.01 Реклама и связи с общественностью
уровень Бакалавриат
форма обучения очная
кафедра-разработчик Журналистика, реклама и связи с общественностью

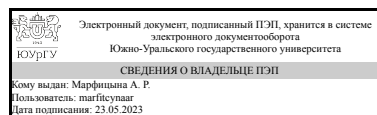
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

Зав.кафедрой разработчика,
д.филол.н., доц.



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
к.филол.н., старший
преподаватель



А. Р. Марфицына

1. Цели и задачи дисциплины

Учебная дисциплина "Конвергенция в медиасреде" закладывает теоретические и методологические основы, необходимые специалистам в области рекламы и связей с общественностью для работы в современных медиа, создает базу для приобретения практических навыков по созданию контента, расширяет возможности будущего специалиста, формирует универсальность навыков, помогает в освоении различных специализаций медиадеятельности. Задачи: познакомиться с особенностями медиаконвергенции, определить специфику профессиональной деятельности в конвергентной медиасреде, выявить особенности современного цифрового контента, узнать специфику работы медиаспециалиста в социальных сетях, рассмотреть ключевые жанры, форматы, а также технологические платформы для создания современного цифрового контента, познакомиться с инструментами визуализации данных, выявить особенности проектной деятельности в условиях конвергенции.

Краткое содержание дисциплины

Дисциплина "Конвергенция в медиасреде" состоит из 3 разделов. При изучении первого раздела студенты получают общетеоретические знания об особенностях медиаконвергенции, а также о специфике деятельности специалиста по рекламе и связям с общественностью в конвергентной медиасреде. В рамках изучения остальных разделов студенты знакомятся с особенностями производства конвергентных материалов и создают собственные материалы и медиапроекты, закрепляя таким образом знания, полученные в ходе теоретических занятий.

2. Компетенции обучающегося, формируемые в результате освоения дисциплины

Планируемые результаты освоения ОП ВО (компетенции)	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПК-3 ПКО-3 Способен применять основные технологии маркетинговых коммуникаций при разработке и реализации коммуникационного продукта	Знает: Основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды Умеет: Создавать медиапродукты для конвергентных СМИ Имеет практический опыт: Создания медиапродукта для конвергентных СМИ
ПК-4 Способен применять в профессиональной деятельности основные технологические решения, технические средства, приемы и методы онлайн и оффлайн коммуникаций	Знает: Основные приемы и методы интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Умеет: Применять основные приемы и методы интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс. Имеет практический опыт: Применения основных приемов и методов интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.

3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Перечень предшествующих дисциплин, видов работ учебного плана	Перечень последующих дисциплин, видов работ
---	---

1.Ф.02 Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама), 1.Ф.19 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ, 1.Ф.03 Интегрированные маркетинговые коммуникации (связей с общественностью), 1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью, 1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности, 1.Ф.06 Основы компьютерного дизайна	Не предусмотрены
--	------------------

Требования к «входным» знаниям, умениям, навыкам студента, необходимым при освоении данной дисциплины и приобретенным в результате освоения предшествующих дисциплин:

Дисциплина	Требования
1.Ф.03 Интегрированные маркетинговые коммуникации (связей с общественностью)	Знает: Принципы планирования и организации проектов в сфере связей с общественностью, Основные технологии интеграции коммуникационных средств , приемы и методы коммуникации в сфере связей с общественностью Умеет: Разрабатывать концепцию ИМК; планировать и организовывать программы в сфере связей с общественностью; проводить оценку их эффективности, Использовать приемы и инструменты PR-коммуникаций, методы онлайн и оффлайн воздействия Имеет практический опыт: Разработки PR-проектов на основе интегрированного подхода, продвижения базисного субъекта PR с использованием технологий связей с общественностью
1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности	Знает: Правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, Правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Умеет: Применять правила подготовки к выпуску, производства и распространения (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, Применять правила планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий. Имеет практический опыт: В подготовке к выпуску, производстве и распространении (онлайн и оффлайн) рекламной продукции, включая текстовые и графические, рабочие и презентационные материалы, Планирования, подготовки и проведении коммуникационных кампаний, проектов и мероприятий.

1.Ф.02 Интегрированные маркетинговые коммуникации (реклама)	Знает: Этапы планирования и организации проектов в сфере рекламы, Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы рекламной коммуникации Умеет: Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций; планировать, разрабатывать рекламные программы и проводить оценку их эффективности , Разрабатывать комплекс рекламных коммуникаций на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия. Имеет практический опыт: Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы на основе интегрированного подхода , Применения онлайн и оффлайн технологий рекламного продвижения предмета коммуникаций
1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью	Знает: Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций., Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи. Умеет: Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов., Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений. Имеет практический опыт: Применения основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде., Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности.
1.Ф.19 Маркетинговые исследования и ситуационный анализ	Знает: типовые проекты и методики организации кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;методики использования результатов маркетинговых исследований для планирования проекта;основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью, систему, технологии и методы маркетинговых коммуникаций;основные понятия и этапы проведения маркетинговых исследований;методы и инструменты разработки и продвижения коммуникационного продукта. Умеет: реализовывать типовые методики и организации проектов и кампаний в сфере рекламы и связей с общественностью;использовать результаты маркетинговых исследований для планирования

	проекта;готовить основные документы по сопровождению проекта или компании в сфере рекламы и связей с общественностью, организовывать систему сбора информации для маркетинговых исследований, систематизировать, анализировать информацию для принятия маркетинговых решений; проводить маркетинговые исследования;на базе результатов исследования выбирать эффективные технологии и инструменты для разработки и продвижения коммуникационного продукта Имеет практический опыт: планирования и подготовки коммуникационных кампаний и мероприятий в соответствии с целями и задачами организации;проведения маркетингового исследования, разработки календарных планов;самостоятельной работы с документами и первоисточниками по связям с общественностью;написания аналитических справок, обзоров и прогнозов, а также составления и оформления материалов для экспертных заключений и отчетов., организации и выполнения маркетинговых исследований, направленных на разработку и реализацию коммуникационного продукта;исследования внутренней и внешней среды компании;планирования и применения технологий для разработки и продвижения коммуникационного продукта
1.Ф.06 Основы компьютерного дизайна	Знает: Программы растровой и векторной графики (Photoshop, Adobe Illustrator и Corel Draw), программы верстки и графические программы свободного доступа для создания рекламных продуктов (Adobe In Design и Canva) Умеет: "Работать в графических программах.Создавать графические рекламные продукты.Владеет инструментарием пакетов графических программ. " Имеет практический опыт: Имеет практический опыт создания визуальных графических рекламных продуктов – макетов листовок, плакатов, буклетов, открыток, обложек для книг и журналов.

4. Объём и виды учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины составляет 4 з.е., 144 ч., 82,5 ч. контактной работы

Вид учебной работы	Всего часов	Распределение по семестрам
		в часах
		Номер семестра
		8
Общая трудоёмкость дисциплины	144	144

Аудиторные занятия:	72	72
Лекции (Л)	36	36
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	36	36
Лабораторные работы (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа (СРС)	61,5	61,5
Подготовка к практическим и семинарским занятиям	13	13
Создание интерактивных элементов для материалов	8,5	8.5
Создание собственных мультимедийных произведений	20	20
Подготовка собственных конвергентных материалов	20	20
Консультации и промежуточная аттестация	10,5	10,5
Вид контроля (зачет, диф.зачет, экзамен)	-	экзамен

5. Содержание дисциплины

№ раздела	Наименование разделов дисциплины	Объем аудиторных занятий по видам в часах			
		Всего	Л	ПЗ	ЛР
1	Медиаконвергенция. Специфика работы в конвергентной медиасреде	24	12	12	0
2	Мультимедийные жанры и форматы	24	12	12	0
3	Проектная деятельность в условиях конвергенции	24	12	12	0

5.1. Лекции

№ лекции	№ раздела	Наименование или краткое содержание лекционного занятия	Кол-во часов
1	1	Специфика медиаконвергенции	4
2	1	Особенности работы медиаспециалиста в условиях конвергенции	4
3	1	Особенности современного цифрового контента.	4
4	2	Мультимедийные жанры и форматы. Технологические платформы	4
5	2	Визуализация данных. Инструменты визуализации.	4
6	2	Лонгрид и таймлан: специфика форматов, особенности создания материалов	4
7	3	Особенности «новых» аудио- и видеоформатов	4
8	3	Проектная деятельность в условиях конвергенции. Медиапроект как ключевой медиаформат	4
9	3	Специфика трансмедийных медиапроектов	4

5.2. Практические занятия, семинары

№ занятия	№ раздела	Наименование или краткое содержание практического занятия, семинара	Кол-во часов
1	1	Трансформация современной медиасреды под влиянием цифровых технологий	4
2	1	Особенности работы журналиста в социальных сетях в условиях медиаконвергенции	4
3	1	Особенности функционирования отечественных и зарубежных конвергентных медиа	4
4	2	Инструменты визуализации данных в журналистике. Создание и обсуждение	4

		собственных интерактивных графиков, интерактивных карт, тестов, рейтингов, игр, топ-листов, интерактивных фотографий, опросов и др.	
5	2	Лонгрид как мультимедийный формат журналистики. Содержательные и технологические особенности.	4
6	2	Таймлайн как мультимедийный формат журналистики. Содержательные и технологические особенности.	4
7	3	Особенности проектной журналистики в условиях конвергенции	4
8	3	Обсуждение собственных материалов, созданных в «новых» форматах журналистики	4
9	3	Создание и обсуждение собственных студенческих медиапроектов	4

5.3. Лабораторные работы

Не предусмотрены

5.4. Самостоятельная работа студента

Выполнение СРС			
Подвид СРС	Список литературы (с указанием разделов, глав, страниц) / ссылка на ресурс	Семестр	Кол-во часов
Подготовка к практическим и семинарским занятиям	Универсальная журналистика [Текст] учебник для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Л. И. Белова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. – 478 с. Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : Учебно-методическое пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. – Тамбов : Издательский дом "Державинский", 2020. – 133 с. Современный медиахолдинг: формы существования и проблемы институционализации : монография / ответственный редактор Б. Я. Мисонжников. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2018. — 504 с. Эль-Бакри, Т. В. Продюсирование. Кино, телевидение и видеопроекты в Интернете : учебное пособие / Т. В. Эль-Бакри. — Москва : Аспект Пресс, 2021. — 336 с. Кульчицкая, Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания : учебное пособие / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 80 с. Олешко, Е. В. Конвергентная журналистика : Профессиональная культура субъектов информационной деятельности : учебное пособие / Е. В. Олешко. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2017. — 128 с.	8	13
Создание интерактивных элементов для	Зверева, Е. А. Современные практики и	8	8,5

материалов	методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : Учебно-методическое пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. – Тамбов : Издательский дом "Державинский", 2020. – С.84-113.		
Создание собственных мультимедийных произведений	Универсальная журналистика: опыт проектного обучения: учебное пособие / под ред. Л.П.Шестеркиной.–Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2018. – С. 130-144.	8	20
Подготовка собственных конвергентных материалов	Универсальная журналистика [Текст] учебник для вузов по направлениям 42.03.02 и 42.04.02 "Журналистика" Л. И. Белова и др.; под ред. Л. П. Шестеркиной. - М.: Аспект Пресс, 2016. - С. 95-101.	8	20

6. Фонд оценочных средств для проведения текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации

Контроль качества освоения образовательной программы осуществляется в соответствии с Положением о балльно-рейтинговой системе оценивания результатов учебной деятельности обучающихся.

6.1. Контрольные мероприятия (КМ)

№ КМ	Се-местр	Вид контроля	Название контрольного мероприятия	Вес	Макс. балл	Порядок начисления баллов	Учитывается в ПА
1	8	Текущий контроль	Создание визуального элемента для мультимедийного материала	1	5	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Студент подготовил 5 визуальных элементов - 5б Студент подготовил 4 визуальных элемента -4б Студент подготовил 3 визуальных элемента -3б Студент подготовил 2 визуальных элемента -2б Студент подготовил 1 визуальный элемент- 1б Задание не выполнено - 0б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (3 б и более).	экзамен

2	8	Текущий контроль	Проверочная работа	1	2	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Задание выполнено верно -2б Большинство из заданий выполнено верно-1б Задание выполнено неверно, или в незначительном объеме, не позволяющем оценить качество знаний студента -0б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (1,5 б и более).	экзамен
3	8	Текущий контроль	Подготовка имиджевого мультимедийного интервью	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Композиционная целостность текста-2б Использование различных технологических платформ: наличие в тексте инфографики, авторского фотоконтента, видео и т.д -2б Стилистика и грамотность -2б Авторская индивидуальность-2б Актуальность выбранной темы-2б Максимальный балл - 10б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (6 б и более).	экзамен
4	8	Текущий контроль	Подготовка конвергентного материала	1	20	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Критерии оценивая телевизионного сюжета: Логика съемки и монтажа 1б Звуковое оформление 1б Композиционная целостность и	экзамен

					грамотность изложения текста 1б Работа ведущего в кадре: индивидуальный творческий подход 1б Актуальность выбранной темы 1б Критерии оценивая радиоматериала: Музыкальное оформление и использование интершумов 1б Логика и своеобразие радиомонтажа 1б Композиционная целостность и грамотность изложения текста 1б Оценка работы радиоведущего: разговорная, «живая» речь; интонация и темп речи; аргументированность; стилистика, грамотность. 1б Актуальность выбранной темы 1б Критерии оценивая материала для печатных СМИ: Композиционная целостность текста 1б Жанрово-тематическое своеобразие 1б Стилистика и грамотность 1б Авторская индивидуальность 1б Актуальность выбранной темы 1б Критерии оценивая материала для студенческого интернет-портала: Композиционная целостность текста 1б Использование различных технологических платформ: наличие в тексте инфографики, авторского фотоконтента, видео и т.д 1б Стилистика и грамотность 1б Авторская индивидуальность 1б Актуальность выбранной темы 1б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (11 б и более).	
5	8	Текущий контроль	Разработка концепции трансмедийного проекта	1	5 При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Актуальность, новизна, содержательность 2б Оригинальность 2б	экзамен

						Наличие сквозной идеи и тематическая завершенность 1б Максимальный балл - 5б Задание считается выполненным, если студент получил более 60% от максимального балла (3 б и более).	
6	8	Текущий контроль	Подготовка презентации	1	3	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: подробная, информативная презентация без нарушений сроков сдачи 3б недостаточно подробная презентация, содержащая, в целом, все основные параметры, незначительное нарушение сроков сдачи 2б не вполне информативная презентация, незначительное нарушение сроков сдачи 1б Максимальный балл - 3б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (2 б и более).	экзамен
7	8	Текущий контроль	Устный опрос на занятии	1	2	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Полный аргументированный ответ с примерами 2б Полный ответ с незначительными недочетами (отсутствие примеров, пропуск некоторых пунктов темы) 1б Неудовлетворительный ответ 0б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (1,5 б и более).	экзамен
8	8	Текущий контроль	Создание публикации для социальной сети	1	3	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом	экзамен

						ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Композиционная целостность текста, использование различных технологических платформ: наличие в тексте инфографики, авторского фотоконтента, видео и т.д 1б Стилистика и грамотность 1б Авторская индивидуальность 1б Максимальный балл - 3б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (2 б и более).	
9	8	Текущий контроль	Подготовка таймлайна	1	10	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Композиционная целостность текста-2б Использование различных технологических платформ: наличие в тексте инфографики, авторского фотоконтента, видео и т.д -2б Стилистика и грамотность -2б Авторская индивидуальность-2б Актуальность выбранной темы-2б Максимальный балл - 10б Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (6 б и более).	экзамен
10	8	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	40	При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Работа оценивается в соответствии со следующими критериями: Неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки (студент не владеет терминологией, не знает содержание вопроса, не может привести примеры) 0-22б Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета (отсутствие	экзамен

			№ 4(44). – С. 129-136. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=25010963
4	Основная литература	eLIBRARY.RU	Булаева, М. Н. Создание мультимедийного проекта как способ развития медиаграмотности студентов факультета журналистики / М. Н. Булаева, О. С. Лахтачева // Наука ЮУрГУ : Материалы 68-й научной конференции, Челябинск, 05–07 апреля 2016 года / Министерство образования и науки Российской Федерации; Южно-Уральский государственный университет. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), 2016. – С. 254-258. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=26695514
5	Основная литература	eLIBRARY.RU	Мультимедийная журналистика : Учебник для вузов / А. Г. Качкаева, С. А. Шомова, Е. Г. Лапина-Кратасюк [и др.]. – Москва : Национальный исследовательский университет "Высшая школа экономики", 2017. – 416 с. – (Учебники Высшей школы экономики). – ISBN 9785759811893. – DOI 10.17323/978-5-7598-1189-3. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=35558053
6	Основная литература	eLIBRARY.RU	Медиакоммуникации и интернет-маркетинг в условиях цифровой цивилизации / Л. О. Алгави, Д. А. Н. Аль-Ханаки, С. С. Бредихин [и др.] ; Министерство науки и высшего образования Российской Федерации, Южно-Уральский государственный университет, Институт медиа и социально-гуманитарных наук, Международный межвузовский научно-исследовательский проект «Цифровая цивилизация. Медиакоммуникации. Интернет-маркетинг». – Челябинск : Издательский центр ЮУрГУ, 2020. – 475 с. – ISBN 9785696051598. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=44556963
7	Основная литература	Учебно-методические материалы кафедры	Социальные медиа как ресурс интегрированных коммуникативных практик: монография / под ред. Л.П. Шестеркиной. – Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2017. –296с. https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2020/01/Социальные-медиа-как-ресурс-интегрированных-коммуникативных-практик-текст.pdf
8	Основная литература	eLIBRARY.RU	Зверева, Е. А. Современные практики и методы исследования медиасферы: новые медиа, социальные медиа и мультимедиа : Учебно-методическое пособие / Е. А. Зверева, А. М. Шестерина, М. А. Мирошник. – Тамбов : Издательский дом "Державинский", 2020. – 133 с. – ISBN 9785000784297. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=46331866
9	Основная литература	Электронно-библиотечная система издательства Лань	Кульчицкая, Д. Ю. Лонгриды в онлайн-СМИ: особенности и технология создания : учебное пособие / Д. Ю. Кульчицкая, А. А. Галустян. — Москва : Аспект Пресс, 2017. — 80 с. — ISBN 978-5-7567-0845-5. — Текст : электронный // Лань : электронно-библиотечная система. — URL: https://e.lanbook.com/book/97224 (дата обращения: 01.11.2021). — Режим доступа: для авториз. пользователей.

Перечень используемого программного обеспечения:

1. Adobe-Creative Suite Premium (Bridge, Illustrator, InDesign, Photoshop, Version Cue, Acrobat Professional, Dreamweaver, GoLive)(бессрочно)

Перечень используемых профессиональных баз данных и информационных справочных систем:

1. -База данных polpred (обзор СМИ)(бессрочно)

8. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Вид занятий	№ ауд.	Основное оборудование, стенды, макеты, компьютерная техника, предустановленное программное обеспечение, используемое для различных видов занятий
Экзамен	446 (1)	Компьютер (MS Office, Internet), проектор, экран
Практические занятия и семинары	1011a (1)	Комплект оборудования специализированного рабочего места интернет-журналиста: компьютер (MS Office, Internet), наушники, колонки, проектор, экран.
Самостоятельная работа студента	1011a (1)	Комплект оборудования специализированного рабочего места интернет-журналиста: компьютер (MS Office, Internet), наушники, колонки, проектор, экран.
Лекции	446 (1)	Компьютер (MS Office, Internet), проектор, экран