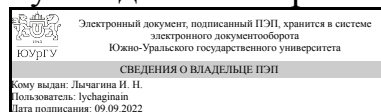


ЮЖНО-УРАЛЬСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ

УТВЕРЖДАЮ:
Руководитель направления



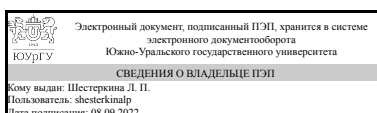
И. Н. Лычагина

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**

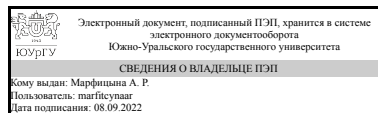
Рабочая программа составлена в соответствии с ФГОС ВО по направлению подготовки 42.03.01 Реклама и связи с общественностью, утверждённым приказом Минобрнауки от 08.06.2017 № 512

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



Л. П. Шестеркина

Разработчик программы,
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 медиадетальности. 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
---	---

<p>1.Ф.06 Основы компьютерного дизайна, 1.Ф.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью, 1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности, 1.Ф.03 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью), 1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Не предусмотрены</p>
--	-------------------------

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

Дисциплина	Требования
<p>1.Ф.03 Основы интегрированных коммуникаций (рекламы и связей с общественностью)</p>	<p>Знает: Основные технологии маркетинговых коммуникаций, технические приемы интеграции коммуникационных средств коммуникаций, приемы и методы интегрированных онлайн и оффлайн маркетинговых коммуникаций, Этапы планирования и организации интегрированных маркетинговых коммуникаций в сфере рекламы и связей с общественностью Умеет: Разрабатывать комплекс маркетинговых коммуникаций и применять технические средства для распространения контента маркетинговых коммуникаций, на основе приемов и методов онлайн и оффлайн воздействия., Формулировать концепцию интегрированных маркетинговых коммуникаций, планировать, разрабатывать коммуникационные программы и проводить оценку их эффективности Имеет практический опыт: Применения онлайн и оффлайн технологий продвижения предмета маркетинговых коммуникаций, основываясь на технологиях и технических средствах распространения контента., Планирования и разработки коммуникационных проектов в области рекламы и связей с общественностью на основе интегрированного подхода</p>
<p>1.Ф.10 Практикум по видам профессиональной деятельности</p>	<p>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,</p>

	<p>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.</p>
<p>1.Ф.06 Основы компьютерного дизайна</p>	<p>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.</p>
<p>1.Ф.02 Информационные технологии в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Знает: Основные приемы продвижения рекламного продукта (услуги) средствами онлайн и офлайн коммуникаций, основные законы применения информационных технологий и приемы создания Веб-продуктов для продвижения и создания имиджа, основные требования к оформлению интернет каналов, законы и приемы использования Event – маркетинга при продвижении товаров или услуг Умеет: Проводить анализ с помощью интернет среды, создавать Веб сайты, продвигать рекламный объект (услугу) средствами SMM – коммуникаций, использовать приемы Event – маркетинга при продвижении продукта (услуги) средствами информационных технологий и интернет коммуникаций Имеет практический опыт: Создания и оформления интернет каналов при продвижении рекламного товара или услуги.</p>
<p>1.Ф.05 Копирайтинг в рекламе и связях с общественностью</p>	<p>Знает: Систему формационных, жанрово-стилистических, коммуникативных норм и приемы языковой игры в современной медиаречи., Основные принципы текстового сопровождения интегрированных маркетинговых коммуникаций. Умеет: Редактировать публикации разных типов, учитывая современный ортологический канон и прагматическую рамку рекламных и PR-сообщений., Использовать маркетинговые инструменты при разработке коммуникативного продукта в рамках рекламных и PR-проектов. Имеет практический опыт: Работы над текстами для традиционных и новых медиа с целью успешного решения маркетинговых задач и оптимизации коммуникационной среды субъекта рекламной и PR-деятельности., Применения</p>

	основных маркетинговых технологий для обеспечения эффективного функционирования коммуникативного продукта в современной медийной среде.
--	---

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	
<i>Аудиторные занятия:</i>	72	72	
Лекции (Л)	36	36	
Практические занятия, семинары и (или) другие виды аудиторных занятий (ПЗ)	36	36	
Лабораторные работы (ЛР)	0	0	
<i>Самостоятельная работа (СРС)</i>	61,5	61,5	
Подготовка к практическим и семинарским занятиям	13	13	
Подготовка собственных конвергентных материалов	20	20	
Создание интерактивных элементов для материалов	8,5	8,5	
Создание собственных мультимедийных произведений	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	Специфика мультимедийных медиапродуктов	4

7	3	Особенности «новых» медиаформатов	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 собственных интерактивных графиков, интерактивных карт, тестов, рейтингов, игр, топ-листов, интерактивных фотографий, опросов и др.	4
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	<p>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.</p> <p>Современный медиахолдинг: формы существования и проблемы институционализации : монография /</p>	8	13

	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.		
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
Создание интерактивных элементов для материалов	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. – С.84-113.	8	8,5
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

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	экзамен

					<p>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</p> <p>Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (3 б и более).</p>		
2	8	Текущий контроль	Проверочная работа	1	2	<p>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</p> <p>Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (1,5 б и более).</p>	экзамен
3	8	Текущий контроль	Подготовка имиджевого мультимедийного интервью	1	10	<p>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</p>	экзамен

						Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (6 б и более).	
4	8	Текущий контроль	Подготовка конвергентного материала	1	20	<p>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:</p> <p>Критерии оценивая телевизионного сюжета: Логика съемки и монтажа 1б Звуковое оформление 1б Композиционная целостность и грамотность изложения текста 1б Работа ведущего в кадре: индивидуальный творческий подход 1б Актуальность выбранной темы 1б</p> <p>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</p> <p>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</p> <p>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</p>	экзамен

						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 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).	экзамен
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	экзамен

						<p>следующими критериями: Полный аргументированный ответ с примерами 2б Полный ответ с незначительными недочетами (отсутствие примеров, пропуск некоторых пунктов темы) 1б Неудовлетворительный ответ 0б</p> <p>Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (1,5 б и более).</p>	
8	8	Текущий контроль	Создание публикации для социальной сети	1	3	<p>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, использование различных технологических платформ: наличие в тексте инфографики, авторского фотоконтента, видео и т.д 1б Стилистика и грамотность 1б Авторская индивидуальность 1б</p> <p>Максимальный балл - 3б</p> <p>Задание считается выполненным, если студент за три материала получил более 60% от максимального балла (2 б и более).</p>	экзамен
9	8	Текущий контроль	Подготовка таймлайна	1	10	<p>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</p> <p>Задание считается выполненным, если студент за три материала получил</p>	экзамен

						более 60% от максимального балла (6 б и более).	
10	8	Промежуточная аттестация	Экзамен	-	40	<p>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:</p> <p>Неудовлетворительный ответ на 2 вопроса билета, грубые ошибки (студент не владеет терминологией, не знает содержание вопроса, не может привести примеры) 0-22б</p> <p>Полный аргументированный ответ на 1 вопрос билета, или неполный ответ на 2 вопроса билета (отсутствие примеров, неуверенное владение терминологией, неумение соотнести понятия) 23-29б</p> <p>Полный ответ на 2 вопроса с незначительными недочетами (трудности с приведением примеров, недостаточно полное определение, незначительные ошибки при изложении терминов, пропуск второстепенных пунктов темы) 30-34б</p> <p>Полный аргументированный ответ с примерами на 2 вопроса билета 35-40б</p> <p>Полученные студентом баллы за текущие контрольные мероприятия и устный ответ на экзамене суммируются.</p> <p>«Отлично» 85-100б «Хорошо» 75-84б «Удовлетворительно» 60-74б «Неудовлетворительно» 0-59б</p> <p>Максимальный балл - 100б</p>	экзамен

6.2. Процедура проведения, критерии оценивания

Вид промежуточной аттестации	Процедура проведения	Критерии оценивания
экзамен	<p>При оценивании результатов мероприятия используется балльно-рейтинговая система оценивания результатов учебной деятельности обучающихся (утверждена приказом ректора от 24.05.2019 г. № 179). Итоговая оценка на экзамене складывается из результатов текущих контрольных мероприятий (с учетом выполнения всех контрольных точек), устного ответа на экзамене, а также бонусных баллов (при наличии). Полученные студентом баллы за текущие</p>	<p>В соответствии с пп. 2.5, 2.6 Положения</p>

	<p>контрольные мероприятия и устный ответ на экзамене суммируются. «Отлично» 85-100б «Хорошо» 75-84б «Удовлетворительно» 60-74б «Неудовлетворительно» 0-59б Максимальный балл - 100б</p>	
--	--	--

6.3. Паспорт фонда оценочных средств

Компетенции	Результаты обучения	№ КМ									
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
ПК-3	Знает: Основные принципы конвергенции и условия функционирования медиасреды	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-3	Умеет: Создавать медиапродукты для конвергентных СМИ	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-3	Имеет практический опыт: Создания медиапродукта для конвергентных СМИ	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-4	Знает: Основные приемы и методы интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-4	Умеет: Применять основные приемы и методы интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+
ПК-4	Имеет практический опыт: Применения основных приемов и методов интеграции информационных и коммуникативных технологий в единый информационный ресурс.	+	+	+	+	+	+	+	+	+	+

Типовые контрольные задания по каждому мероприятию находятся в приложениях.

7. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

Печатная учебно-методическая документация

а) основная литература:

1. 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, [1] с. ил.

б) дополнительная литература:

1. Колесниченко, А. В. Настольная книга журналиста [Текст] учеб. пособие для вузов по специальности "Журналистика" А. В. Колесниченко. - М.: Аспект Пресс, 2016. - 399, [1] с. ил.

в) отечественные и зарубежные журналы по дисциплине, имеющиеся в библиотеке:

1. Журналист ежемес. журн.: 12+ Издат. дом "Журналист" журнал. - М., 1914-

г) методические указания для студентов по освоению дисциплины:

1. Создание мультимедийного лонгрида

из них: учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студента:

1. Создание мультимедийного лонгрида

Электронная учебно-методическая документация

№	Вид литературы	Наименование ресурса в электронной форме	Библиографическое описание
1	Основная литература	Учебно-методические материалы кафедры	Универсальная журналистика: опыт проектного обучения: учебное пособие / под ред. Л.П.Шестеркиной.–Челябинск: Издательский центр ЮУрГУ, 2018. –164с. https://smi.susu.ru/wp-content/uploads/sites/61/2019/12/Универсальная-журналистика-опыт-пректного-обучения.pdf
2	Основная литература	eLIBRARY.RU	Булаева, М. Н. Мультимедийный лонгрид как новый формат текста в интернет-СМИ / М. Н. Булаева // Наука ЮУрГУ : Материалы 67-й научной конференции, Челябинск, 14–17 апреля 2015 года. – Челябинск: Южно-Уральский государственный университет (национальный исследовательский университет), 2015. – С. 369-372. https://www.elibrary.ru/item.asp?id=24768434
3	Основная литература	eLIBRARY.RU	Шестеркина, Л. П. Традиционные и специфические основы формирования системы жанров универсальной журналистики / Л. П. Шестеркина, М. Н. Булаева // Гуманитарный вектор. – 2015. – № 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
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
Практические занятия и семинары	1011a (1)	Комплект оборудования специализированного рабочего места интернет-журналиста: компьютер (MS Office, Internet), наушники, колонки, проектор, экран.