

Учреждение образования «Полоцкий государственный университет»

**УТВЕРЖДАЮ**

Проректор по учебной работе  
учреждения образования  
«Полоцкий государственный  
университет»

  
Д.А. Борейко

«28» 2021 г.

Регистрационный № УД- 263/21 /уч.

## **ИНТЕРНЕТ-ЖУРНАЛИСТИКА**

Учебная программа учреждения высшего образования  
по учебной дисциплине для специальности  
**1-23 01 15 «Социальные коммуникации»**

2021 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта по специальности высшего образования ОСВО 1-23 01 15-2013 и учебного плана по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации», регистрационный №75-15/уч.ФЭФ от 24.02.2015г.

**СОСТАВИТЕЛЬ:**

Ларионов Аркадий Степанович, старший преподаватель кафедры социальных коммуникаций учреждения образования «Полоцкий государственный университет»

**РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:**

Кафедрой социальных коммуникаций учреждения образования «Полоцкий государственный университет»  
(протокол № 14 от 25.06.2021г.)

Методической комиссией финансово-экономического факультета учреждения образования «Полоцкий государственный университет»  
(протокол № 6 от 28.06.2021г.)

## ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Учебная программа разработана в соответствии с требованиями образовательного стандарта высшего образования и учебного плана первой ступени высшего образования для студентов, обучающихся по специальности 1-23 01 15 «Социальные коммуникации». Учебная дисциплина «Интернет-журналистика» предназначена для освоения студентами теоретических знаний и практических навыков в сфере журналистской деятельности в сети Интернет.

Интернет-журналистика (WEB-журналистика) - новейшая разновидность журналистики и публицистики, зародившиеся в начале XXI века, наряду с активным развитием Интернета и цифровых технологий. В отличие от традиционных каналов коммуникации журналистики (СМИ), информация аудитории предоставляется посредством интернет-ресурсов. При этом вид информационных сообщений, благодаря развитию информационно-коммуникационных методик существенно расширился – в арсенале интернет-журналиста все возможности мультимедиа и интерактивные формы коммуникации.

Учебная дисциплина «Интернет-журналистика» относится к циклу специальных дисциплин учебного плана по специальности и позволяет приобрести студентам современные специализированные навыки в сфере построения коммуникаций с различными группами общественности. Её изучение предоставляет студентам необходимые знания в области творческого развития, специфики деятельности специалистов по социальным коммуникациям в пространстве интернет-ресурсов, расширяет возможности взаимодействия с обществом, используя современные цифровые технологии, тем самым оказывая позитивное влияние на современное общество.

В условиях современного активно развивающегося информационного рынка востребованы специалисты, умеющие планировать, реализовывать и контролировать информационные потоки в сети Интернет. Без знаний методологии интернет-журналистики специалист по социальным коммуникациям недостаточно конкурентоспособен на современном рынке, так как большой объём информационных потоков от организаций и частных лиц осуществляется с помощью интернет-технологий. «Интернет-журналистика» - учебная дисциплина, ориентированная на комплексное формирование профессиональной компетентности будущего специалиста в сфере социальных коммуникаций и предназначена для реализации на первой ступени высшего образования.

**Цель учебной дисциплины:** подготовка специалистов, обладающих знаниями, навыками и умениями создания качественных журналистских материалов и способных успешно работать в цифровых медиа, создавая разнообразный мультимедийный контент, а также освоение студентами эффективных способов использования новых информационных технологий в профессиональной деятельности.

**Задачи:**

- определение места специалиста по социальным коммуникациям в сфере интернет-журналистики в системе электронных информационных ресурсов;
- изучение опыта интернет-СМИ и других интернет-ресурсов в подаче материалов политической, экономической, коммерческой и культурологической тематики;
- ознакомление студентов с основными тенденциями развития интернет-журналистики;
- выявление особенностей творческого процесса в интернет-журналистике;
- изучение палитры жанров современной интернет-журналистики;
- обучение основным понятиям цифровой медиа грамотности;
- обучение основам копирайтинга;
- овладение студентами практическими навыками, необходимыми для работы в редакциях информационных порталов, службам по связям с общественностью, аудиовизуальных и интернет-СМИ.

В результате изучения учебной дисциплины «Интернет-журналистика» у студентов формируются следующие **компетенции:**

**академические компетенции:**

АК-1. Уметь применять базовые научно-теоретические знания для решения теоретических и практических задач.

АК-4. Уметь работать самостоятельно.

АК-7. Иметь навыки, связанные с использованием технических устройств, управлением информацией и работой с компьютером.

**социально-личностные компетенции:**

СЛК-6. Уметь работать в команде.

**профессиональные компетенции:**

ПК-4. Использовать информацию агентств, информационных служб, данные официальной статистики.

ПК-10. Готовить доклады, материалы к презентациям.

**Место курса в профессиональной подготовке студентов и связь с другими дисциплинами**

Изучение данной дисциплины занимает важное место в программе профессиональной подготовки студентов направления социальные коммуникации, поскольку акцентирует внимание на основах практической деятельности современных информационных интернет-ресурсов. В ходе изучения дисциплины «Интернет-журналистика» студенты имеют возможность использовать, применять и закреплять знания и навыки, полученные в ходе освоения курсов «Теория социальных коммуникаций», «Массовые коммуникации» и «Основы журналистики». По итогам изучения курса студенты будут иметь комплексное представление об организации работы цифровых ресурсов, а также тенденциях, проблемах и перспективах WEB-журналистики.

В результате изучения учебной дисциплины студент должен

**знать:**

- жанрово-тематические особенности интернет-журналистики;
- особенности организации и планирования работы редакции интернет-СМИ;
- специфику работы над материалами для интернет-ресурсов, их стилистические, композиционные и другие особенности;
- методику подготовки информационных и аналитических материалов для интернет-изданий;
- принципы создания текстов для интернет-ресурсов и правила создания привлекательных заголовков;
- специфику оптимизации текстов для поисковых систем, особенности написания SEO-текстов;
- стратегии продвижения информационных материалов в сети Интернет;
- возможности использования социальных медиа в работе специалиста по социальным коммуникациям;
- наиболее значимые факты, явления и тенденции современной интернет-журналистики Республики Беларусь.
- особенности авторской позиции в интернет-СМИ;
- специфику проблемной публицистики.

**уметь:**

- эффективно использовать Интернет в профессиональной деятельности;
- создавать тематический план интернет-публикаций;
- владеть технологиями поиска, сбора, обработки и распространения информации посредством сети Интернет;
- готовить авторские материалы для интернет-ресурсов и социальных сетей;
- создавать эффективные тексты и заголовки для интернет-ресурсов;
- ориентироваться на рынке интернет-ресурсов Республики Беларусь;
- использовать инструменты обратной связи посредством интернет-ресурсов;
- эффективно использовать социальные сети в профессиональной деятельности.;

**владеть:**

- созданием журналистских материалов в различных жанрах интернет-журналистики;
- использовать глобальные информационные сети в творческой деятельности и на высоком профессиональном уровне пользоваться глобальными информационными ресурсами;
- разрабатывать проблемно-тематическую концепцию Интернет-издания;
- создавать контент-план для интернет-ресурсов.

Форма получения высшего образования – дневная.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Интернет-журналистика» отводится: всего – 70 часов, аудиторных - 32 часа, из них 16 часов - лекции, 16 часов – практические занятия. Самостоятельная работа студента – 38 часов.

Учебная дисциплина изучается в 7 семестре.

Форма текущей аттестации - зачёт.

Форма получения высшего образования – заочная.

В соответствии с учебным планом на изучение учебной дисциплины «Интернет-журналистика» отводится: всего – 70 часов, аудиторных – 10 часов, из них 6 часов – лекции, 4 часа – практические занятия. Самостоятельная работа студента – 60 часов.

Учебная дисциплина изучается в 9 семестре.

Форма текущей аттестации - зачёт.

## **СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА**

**Тема 1. Основы интернет-журналистики (предмет, структура, содержание и задачи курса).**

Понятия и предмет Интернет-журналистики и информационных интернет-ресурсов. Предпосылки возникновения интернет-журналистики Интернет как феномен культуры. Информатизация общества. Роль интернет-журналистики в формировании социокультурного общества. Отличия интернет-журналистики от классической (интерактивность, ориентированность материалов, скорость распространения информации, таргетированность и др.) типы медийных интернет-ресурсов. Интернет-журналистика и интернет-публицистика: сходства и различия.

**Тема 2. Интернет-журналистика как область творческой деятельности.**

Интернет-журналистика как творческий процесс. Понятие любительской и профессиональной интернет-журналистики. Специфика журналистского творчества. Основные проблемы интернет-журналиста (факторы, уменьшающие объективность, информационная «усталость», фильтрация информации). Понятие творческого кризиса. Способы преодоления творческого кризиса. Мотивация интернет-журналиста и её виды. Источники мотивации. Способы получения вдохновения. Этапы работы с интернет-материалами. Замысел темы и способы генерирование идей. Информационный продукт как результат деятельности интернет-журналиста. Типовые ошибки интернет-журналиста. Мастерство как высшая степень творческой деятельности.

**Тема 3. Информация как главнейшая категория интернет-журналистики.**

Особенности восприятия информации в интернете (F-паттерн, эмоциональность, многоканальность, «сканирование» информации пользователем, «информационная усталость» аудитории, частотный «шум» и др.). Особенности поиска информация пользователями сети Интернет. Принципы работы поисковых систем (сканирование, ранжирование, выдача в поиске). Критерии отбора информации для публикаций (потребность, интерес аудитории, мотив, ценность, новизна, достоверность, доступность, своевременность). Факт как основание для изучения информации. Методы осмысления информации. Ключевые навыки интернет-журналиста.

**Тема 4. Методы исследования в интернет-журналистике.**

Профессиональная работа с источниками информации. Определение контент-анализа, его функции, задачи, инструменты и процедура. Параметры контент-анализа статей в интернете: общие, SEO-параметры, коммерческие параметры. Методы сбора информации (изучение документов, социологический опрос, экспертный комментарий, интервью, телефонный опрос, запрос информации по электронной почте, посещение мероприятий, наблюдение,

эксперимент, опрос аудитории интернет-ресурса, общение). Обобщение информации.

#### **Тема 5. Основной инструментарий интернет-журналистики.**

Специальные ресурсы для журналистов. Классификация потребностей общества в цифровой информации: информационная, развлекательная, образовательно-интеллектуальная, эстетическая, коммуникационная, потребность в самовыражении и другие потребности. Место интернет-СМИ в этом процессе. Сайты информационных агентств. Корпоративные сайты. Блоги и форумы. Социальные медиа. Интернет-журналистика в мессенджерах. Модели информирования общественности и воздействия на неё посредством сети Интернет. Особенности и актуальные проблемы современной интернет-журналистики (этические, роль социальных сетей, коммерческие, привлечение внимания пользователей интернет-ресурсов). Законодательная база интернет-журналистики. Организация работы информационной службы компании (государственной организации).

#### **Тема 6. Технологические средства интернет-журналистики.**

Понятие гипертекста (гипертекстуальность, внешние и внутренние ссылки, Proflinking). Виды, классификация и авторитетность гиперссылок. Мультимедийность (интеграция текстовой, статистической, визуальной, графической, видео, музыкальной, анимационной и прочей информации). Интерактивность, диалогичность (отклики, комментарии, вопросы). Виртуальность (социокультурная и коммуникативная среда, механизмы виртуализации социальности). Мозаичность (клиповость, многомерное пространство). Мультимедийные средства интернет-журналистики. Изображения (фото, иллюстрация, графика, карикатура, анимация, слайд-шоу, мем). Видео (видео иллюстрации, видеоматериалы, прямые эфиры в социальных сетях). Аудио (подкасты, аудио иллюстрации, аудио текст). Инфографика (графическое представление данных). Программное обеспечение WEB-журналиста. Основы функционирования поисковых систем и интернет-ресурсов. Инструменты WEB-аналитики. Биржи интернет-журналистики.

#### **Тема 7. Жанры интернет-журналистики.**

Понятие интернет-жанра. Классические жанры журналистики (новость, репортаж, интервью, колонка, аналитическая статья, портрет, очерк, рецензия, журналистское расследование). Интернет-журналистика как журналистика малых форм. Информационные, директивные, коммуникативные, презентационные, эстетические, развлекательные интернет-жанры. Виды и особенности интернет-публикаций. Специфические жанры интернет-журналистики (карточка, кейс, анонс, обзор, онлайн-трансляция, стрим, онлайн-опрос, подборка ссылок, рекомендация, Storytelling, тест, геймификация). Синтетичность (смешение традиционных жанров).



### **Тема 8. Принципы организации интернет-СМИ.**

Особенности работы мультимедийной редакции. Специфика взаимодействия традиционной и интернет-редакций. Основные характеристики WEB-версии СМИ. Признаки классификации интернет-СМИ (уровень профессиональности аудитории, характер информации, тип аудитории, частота обновления информации, методы работы с информацией). Планирование работы интернет-редакции (концепция, целевая аудитория, функции, контент, дизайн и т.д.). Организационная структура интернет-СМИ). Должностные обязанности редактора интернет-издания. Особенности журналистского творчества в интернете. Организация интернет-отдела в организации. Модели интернет-отдела.

### **Тема 9. Профессиональные методы интернет-журналистики.**

Интеграция модели AIDA в интернет-журналистику. Методы замысла исходных текстов (описание, констатация, повествование, характеристика, рассуждение). Основные составляющие WEB-текстов (заголовок, лид, основной текст, кикер). Режиссура материала. Методы экспертизы материалов. Методы модификации заголовков и текстов (использование ключевых слов). Методы визуализации материалов. Методы эмоционализации. Методы активации аудитории («якорение»). Методы интеграции с социальными сетями. Профессиональные приёмы привлечения внимания, создания интереса.

### **Тема 10. Социальные сети как платформа современной интернет-журналистики.**

Социальные сети (понятие, классификация характеристики, особенности, целевые группы). Социальные сети как средство самовыражение пользователей. Роль социальных сетей в современном коммуникационном процессе. Взаимодействие интернет-СМИ и социальных сетей. Понятие контента в социальных сетях. Виды контента. Специфика создания, размещения и продвижения контента интернет-СМИ в социальных сетях. Виды контента. Основы Social Media Marketing (SMM). Понятие оффера и лидогенерации и их связь с интернет-журналистикой. Характеристики оффера. Методы создания оффера. Продвижение оффера в социальных сетях. Методы оценки эффективности оффера.

### **Тема 11. Основы копирайтинга.**

Понятие копирайтинга как процесс написания уникальных текстов. Взаимосвязь копирайтинга и интернет-журналистики. Понятие продающего текста. Уникальное торговое предложение (УТП) в рекламном тексте. Методы создания продающих текстов. Закон Республики Беларусь «О рекламе». Основные компоненты продающих текстов. Стиль и структура рекламных текстов. Продающие тексты и PR-тексты: основные отличия. Виды рекламных материалов для размещения в интернет-ресурсах (статьи, мультимедиа-контент, контент для коммерческих и промосайтов, лендинги). Storytelling и его особенности. SEO-копирайтинг, оптимизация текстов. Уникальность и

тестирование текстов. Интернет-ресурсы для работы копирайтера. Рерайт и основы редактирования. Портфолио копирайтера и его подготовка. Биржи копирайтеров и методы работы с ними. Фриланс в копирайтинге. Типовые ошибки копирайтера.

**Тема 12. Блогосфера как разновидность интернет-журналистики.**

Блоггерство как разновидность интернет-журналистики и персональное СМИ. Правовые, этические и технические основы работы в сети Интернет. Основы безопасности работы в Интернете. Целевая аудитория блога. Цель и задачи блога. Типы блогов (персональный авторский блог, тематический блог, нишевый блог, экспертный блог, бизнес блог, научный блог и др.). Виды блогов (текстовые, видео блоги, подкасты, фото блоги). Интернет-ресурсы для размещения блога. Специфика различных социальных сетей для ведения блога. Разработка концепции блога. Дизайн блога и его особенности на различных интернет-ресурсах. Техническое оснащение блогера. Понятие личного бренда (персональный бренд). Методы создания личного бренда. Инструменты создания имиджа блогера. Основы публичных выступлений. Понятие контент плана, работа с контентом. Обратная связь с аудиторией и её значение. Методы продвижения блогов. Монетизация блога.

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Интернет-журналистика»  
Дневная форма получения высшего образования**

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы  | Количество аудиторных часов |                      |   | Литература   | Формы контроля знаний |
|---------------------|---|-----------------------------|----------------------|---|--|-----------------------|
|                     |   | лекции                      | практические занятия | управляемая самостоятельная работа студента |  |                       |
|                     |   |                             |                      | лекции                                      |  |                       |
| 1                   | 2   | 3                           | 4                    | 5   | 6  | 7                     |
| Тема 1              | <p>Основы интернет-журналистики (предмет, структура, содержание и задачи курса).<br/>           Понятия и предмет Интернет-журналистики и информационных интернет-ресурсов. Предпосылки возникновения интернет-журналистики Интернет как феномен культуры. Информатизация общества. Роль интернет-журналистики в формировании социокультурного общества. Отличия интернет-журналистики от классической (интерактивность, ориентированность материалов, скорость распространения информации, таргетированность и др.) типы медийных интернет-ресурсов. Интернет-журналистика и интернет-публицистика: сходства и различия.</p> | 2                           |                      |   | [4],[6],[8],[10]<br><br>Мультимедийная презентация     | Дискуссия 1           |
| Тема 2              | <p>Интернет-журналистика как область творческой деятельности.<br/>           Интернет-журналистика как творческий процесс.<br/>           Понятие любительской и профессиональной интернет-журналистики. Специфика журналистского творчества. Основные проблемы интернет-журналиста (факторы, уменьшающие объективность, информационная «усталость», фильтрация</p>   |                             | 2                    |   | [2],[4],[5],[6],[10]<br><br>Мультимедийная презентация | *Эссе 1               |

|        |  |  |   |   |  |                      |
|--------|--|--|---|---|--|----------------------|
|        | информации). Понятие творческого кризиса. Способы преодоления творческого кризиса. Мотивация интернет-журналиста и её виды. Источники мотивации. Способы получения вдохновения. Этапы работы с интернет-материалами. Замысел темы и способы генерирование идей. Информационный продукт как результат деятельности интернет-журналиста. Типовые ошибки интернет-журналиста. Мастерство как высшая ступень творческой деятельности.  |  |   |   |  |                      |
| Тема 3 | Информация как главная категория интернет-журналистики.<br>Особенности восприятия информации в интернете (F-паттерн, эмоциональность, многоканальность, «сканирование» информации пользователем, «информационная усталость» аудитории, частотный «шум» и др.). Особенности поиска информация пользователями сети Интернет. Принципы работы поисковых систем (сканирование, ранжирование, выдача в поиске). Критерии отбора информации для публикаций (потребность, интерес аудитории, мотив, ценность, новизна, достоверность, доступность, своевременность). Факт как основание для изучения информации. Методы осмысления информации. Ключевые навыки интернет-журналиста. |  |   | 2 | [1],[4],[6],[8],[10]<br>Мультимедийная презентация | Устный опрос 1       |
| Тема 4 | Методы исследования в интернет-журналистике. Профессиональная работа с источниками информации. Определение контент-анализа, его функции, задачи, инструменты и процедура. Параметры контент-анализа статей в интернете: общие, SEO-параметры, коммерческие параметры. Методы сбора информации (изучение документов, социологический опрос, экспертный комментарий, интервью, телефонный опрос, запрос информации по электронной почте, посещение мероприятий, наблюдение, эксперимент, опрос аудитории интернет-   |  | 2 |   | [1],[4],[6],[8],[10]<br>Мультимедийная презентация | *Творческая работа 1 |

|        |  |   |  |   |  |                     |
|--------|--|---|--|---|--|---------------------|
|        | ресурса, общение). Обобщение информации. Методы сбора информации (изучение документов, социологический опрос, экспертный комментарий, интервью, телефонный опрос, запрос информации по электронной почте, посещение мероприятий, наблюдение, эксперимент, опрос аудитории интернет-ресурса, общение). Обобщение информации.  |   |  |   |  |                     |
| Тема 5 | Основной инструментарий интернет-журналистики. Специальные ресурсы для журналистов. Классификация потребностей общества в цифровой информации: информационная, развлекательная, образовательно-интеллектуальная, эстетическая, коммуникационная, потребность в самовыражении и другие потребности. Место интернет-СМИ в этом процессе. Сайты информационных агентств. Корпоративные сайты. Блоги и форумы. Социальные медиа. Интернет-журналистика в мессенджерах. Модели информирования общественности и воздействия на неё посредством сети Интернет. Особенности и актуальные проблемы современной интернет-журналистики (этические, роль социальных сетей, коммерческие, привлечение внимания пользователей интернет-ресурсов). Законодательная база интернет-журналистики. Организация работы информационной службы компании (государственной организации). | 2 |  |   | [1],[4],[5],[6],[7]<br>Мультимедийная презентация      | Творческая работа 2 |
| Тема 6 | Технологические средства интернет-журналистики. Понятие гипертекста (гипертекстуальность, внешние и внутренние ссылки, Proflinking). Виды, классификация и авторитетность гиперссылок. Мультимедийность (интеграция текстовой, статистической, визуальной, графической, видео, музыкальной, анимационной и прочей информации). Интерактивность, диалогичность (отклики, комментарии, вопросы). Виртуальность (социокультурная и коммуникативная среда,   |   |  | 2 | [2],[4],[6],[7],[8],[10]<br>Мультимедийная презентация | Устный опрос 2      |

|        |   |  |   |   |  |                      |
|--------|---|--|---|---|--|----------------------|
|        | механизмы виртуализации социальности).<br>Мозаичность (клиповость, многомерное пространство). Мультимедийные средства интернет-журналистики Изображения (фото, иллюстрация, графика, карикатура, анимация, слайд-шоу, мем). Видео (видео иллюстрации, видеоматериалы, прямые эфиры в социальных сетях). Аудио (подкасты, аудио иллюстрации, аудио текст). Инфографика (графическое представление данных). Программное обеспечение WEB-журналиста. Основы функционирования поисковых систем и интернет-ресурсов. Инструменты WEB-аналитики. Биржи интернет-журналистики.   |  |   |   |  |                      |
| Тема 7 | Жанры интернет-журналистики.<br>Понятие интернет-жанра. Классические жанры журналистики (новость, репортаж, интервью, колонка, аналитическая статья, портрет, очерк, рецензия, журналистское расследование). Интернет-журналистика как журналистика малых форм.<br>Информационные, директивные, коммуникативные, презентационные, эстетические, развлекательные интернет-жанры. Виды и особенности интернет-публикаций. Специфические жанры интернет-журналистики (карточка, кейс, анонс, обзор, онлайн-трансляция, стрим, онлайн-опрос, подборка ссылок, рекомендация, Storytelling, тест, геймификация).<br>Синтетичность (смешение традиционных жанров |  | 2 |   | [1],[2],[4],[7],[8],[10]<br><br>Мультимедийная презентация | Контрольная работа   |
|        | Практическое занятие: «Планирование контента для корпоративной страницы в социальных сетях»<br>Создание контент-плана публикаций на корпоративной странице организации на один месяц в проекте «Управление контентом организации в сети интернет»   |  | 2 |   | [1],[2],[4],[7],[8],[10]                                   | *Творческая работа 3 |
| Тема 8 | Принципы организации интернет-СМИ.<br>Особенности работы мультимедийной редакции.<br>Специфика взаимодействия традиционной и  |  |   | 2 | [2],[4],[6],[7],[8]  | Устный опрос 3       |

|        |  |   |   |  |  |                     |
|--------|--|---|---|--|--|---------------------|
|        | интернет-редакций. Основные характеристики WEB-версии СМИ. Признаки классификации интернет-СМИ (уровень профессиональности аудитории, характер информации, тип аудитории, частота обновления информации, методы работы с информацией). Планирование работы интернет-редакции (концепция, целевая аудитория, функции, контент, дизайн и т.д.). Организационная структура интернет-СМИ). Должностные обязанности редактора интернет-издания. Особенности журналистского творчества в интернете. Организация интернет-отдела в организации. Модели интернет-отдела. |   |   |  | Мультимедийная презентация                         |                     |
| Тема 9 | Профессиональные методы интернет-журналистики. Интеграция модели AIDA в интернет-журналистику. Методы замысла исходных текстов (описание, констатация, повествование, характеристика, рассуждение). Основные составляющие WEB-текстов (заголовок, лид, основной текст, кикер). Режиссура материала. Методы экспертизы материалов. Методы модификации заголовков и текстов (использование ключевых слов). Методы визуализации материалов. Методы эмоционализации. Методы активации аудитории («якорение»). Методы интеграции с социальными сетями.                | 2 |   |  | [3],[4],[6],[8],[10]<br>Мультимедийная презентация | Презентация         |
|        | Практическое занятие: Профессиональные приёмы привлечения внимания, создания интереса.   |   | 2 |  | [3],[4],[6],[8],[10]<br>Мультимедийная презентация | Творческая работа 4 |
|        | Практическое занятие: «Корпоративная страница организации в сети интернет как средство интернет журналистики»<br>Анализ корпоративной страницы в социальных сетях организации по выбору студента в проекте «Управление контентом организации в сети интернет».   |   | 2 |  | [2],[8],[10],[12],[13],[15],[16],[17]              | Защита проекта 1    |

|         |   |   |   |  |   |             |
|---------|---|---|---|--|---|-------------|
| Тема 10 | <p>Социальные сети как платформа современной интернет-журналистики.</p> <p>Социальные сети (понятие, классификация характеристики, особенности, целевые группы).</p> <p>Социальные сети как средство самовыражение пользователей. Роль социальных сетей в современном коммуникационном процессе. Взаимодействие интернет-СМИ и социальных сетей. Понятие контента в социальных сетях. Виды контента.</p> <p>Специфика создания, размещения и продвижения контента интернет-СМИ в социальных сетях. Виды контента. Основы Social Media Marketing (SMM).</p> <p>Понятие оффера и лидогенерации и их связь с интернет-журналистикой. Характеристики оффера. Методы создания оффера. Продвижение оффера в социальных сетях. Методы оценки эффективности оффера.</p>   |   | 2 |  | <p>[2],[3],[5],[7],[8],[9],[10]</p> <p>Мультимедийная презентация</p> | Дискуссия 2 |
| Тема 11 | <p>Основы копирайтинга.</p> <p>Понятие копирайтинга как процесс написания уникальных текстов. Взаимосвязь копирайтинга и интернет-журналистики. Понятие продающего текста.</p> <p>Уникальное торговое предложение (УТП) в рекламном тексте. Методы создания продающих текстов. Закон Республики Беларусь «О рекламе».</p> <p>Основные компоненты продающих текстов. Стиль и структура рекламных текстов. Продающие тексты и PR-тексты: основные отличия. Виды рекламных материалов для размещения в интернет-ресурсах (статьи, мультимедиа-контент, контент для коммерческих и промосайтов, лендинги). Storytelling и его особенности. Интернет-ресурсы для работы копирайтера. Рерайт и основы редактирования.</p> <p>Портфолио копирайтера и его подготовка. Биржи копирайтеров и методы работы с ними. Фриланс в копирайтинге. Типовые ошибки копирайтера.</p> | 2 |   |  | <p>[2],[3],[5],[8],[9]</p> <p>Мультимедийная презентация</p>          | Эссе 2      |



|         |   |          |           |          |   |                     |
|---------|---|----------|-----------|----------|---|---------------------|
|         | Практическое занятие: SEO-копирайтинг, оптимизация текстов. Уникальность и тестирование текстов.  |          | 2         |          | [2],[3],[5],[8],[9]<br>Мультимедийная презентация     | Творческая работа 5 |
| Тема 12 | Блогосфера как разновидность интернет-журналистики.<br>Блогерство как разновидность интернет-журналистики и персональное СМИ. Правовые, этические и технические основы работы в сети Интернет. Основы безопасности работы в Интернете. Целевая аудитория блога. Цель и задачи блога. Типы блогов (персональный авторский блог, тематический блог, нишевый блог, экспертный блог, бизнес блог, научный блог и др.). Виды блогов (текстовые, видео блоги, подкасты, фото блоги). Интернет-ресурсы для размещения блога. Специфика различных социальных сетей для ведения блога. Разработка концепции блога. Дизайн блога и его особенности на различных интернет-ресурсах. Техническое оснащение блогера. Понятие личного бренда (персональный бренд). Методы создания личного бренда. Инструменты создания имиджа блогера. Основы публичных выступлений. Понятие контент плана, работа с контентом. Обратная связь с аудиторией и её значение. Методы продвижения блогов. Монетизация блога. |          |           | 2        | [2],[4],[5],[6],[8],[9]<br>Мультимедийная презентация | *Защита проекта 2   |
|         | <b>ИТОГО:</b>   | <b>8</b> | <b>16</b> | <b>8</b> |   |                     |

\* - мероприятия промежуточного контроля

**Учебно-методическая карта учебной дисциплины «Интернет-журналистика»  
Заочная форма получения высшего образования**

| Номер раздела, темы | Название раздела, темы   | Количество аудиторных часов |                      | Литература           | Формы контроля знаний |
|---------------------|--|-----------------------------|----------------------|----------------------|-----------------------|
|                     |  | лекции                      | практические занятия |                      |                       |
| 1                   | 2  | 3                           | 4                    | 5                    | 6                     |
| Тема 1              | Понятия и предмет Интернет-журналистики и информационных интернет-ресурсов. Интернет-журналистика как область творческой деятельности                                    | 2                           |                      | [4],[6],[8],[10]     | Дискуссия             |
|                     | Практическое занятие: Критерии отбора информации для публикаций (потребность, интерес аудитории, мотив, ценность, новизна, достоверность, доступность, своевременность). |                             | 2                    | [1],[4],[6],[8],[10] | Творческая работа     |
| Тема 2              | Информация как главнейшая категория интернет-журналистики.   | 2                           |                      | [2],[4],[5],[6],[10] | Презентация           |
| Тема 3              | Методы исследования в интернет-журналистике.<br>Профессиональная работа с источниками информации.  | 2                           |                      | [1],[4],[5],[6],[7]  | Отчет                 |
|                     | Практическое занятие: SEO-копирайтинг, оптимизация текстов. Уникальность и тестирование текстов.   |                             | 2                    | [2],[3],[5],[8],[9]  | Защита проекта        |
|                     | <b>ИТОГО:</b>  | <b>6</b>                    | <b>4</b>             |                      |                       |

## ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

### ЛИТЕРАТУРА

#### Основная:

1. Авдони́на, Н. С. Новостная интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие / Н. С. Авдони́на. — Архангельск: САФУ, 2018. — 137 с. // Лань: электронно-библиотечная система. — Режим доступа: по подписке: URL: <https://e.lanbook.com/book/161784>
2. Амзин А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом/ А. Амзин. - М.: АСТ, 2020 – 400 с.
3. Асланов Т. Копирайтинг. Простые рецепты продающих текстов/ Т. Асланов. – СПб.: Питер, 2018 – 224 с.
4. Градюшко А. А. Современная веб-журналистика Беларуси [Электронный ресурс] / А. А. Градюшко. – Минск: БГУ, 2013. – 179 с. // Репозиторий Белорусского государственного университета. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/91867> Григорян Е. С. Маркетинговые коммуникации / Е.С. Григорян. – М.: Инфра-М, 2020 – 294 с.
5. Градюшко, А. А. Основы творческой деятельности веб-журналиста [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / А. А. Градюшко. — Минск: БГУ, 2019. — 239 с. // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180496>
6. Калмыков, А.А. Интернет-журналистика [Электронный ресурс]: учебное пособие / А.А. Калмыков, Л.А. Коханова. - Москва: Юнити-Дана, 2015. - 383 с. – Режим доступа: по подписке: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712>
7. Калмыков, А. А. Интерактивная гипертекстовая журналистика в системе отечественных СМИ / А. А. Калмыков; науч. ред. В. С. Хелемендик. – Москва; Берлин : Директ-Медиа, 2016. – 97 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=428741>
8. Мультимедийная журналистика [Электронный ресурс]: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк; под общ. ред. А. Г. Качкаева; под общ. ред. С. А. Шомова. - Москва: Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. - 417 с.: схем. – Режим доступа: по подписке: URL: <http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761>
9. Степанов, В. А. Социальные медиа [Электронный ресурс]: учебно-методическое пособие / В. А. Степанов. — Минск: БГУ, 2020. — 115 с. // Лань : электронно-библиотечная система. — Режим доступа: по подписке: URL: <https://e.lanbook.com/book/180507>
10. Шпаковский, В. О. Интернет-журналистика и Интернет-реклама [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова. – Москва; Вологда: Инфра-Инженерия, 2018. – 248 с.: ил. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=493883>

*С.В. Туркова*

**Дополнительная:**

1. Грабельников, А. А. Экранная коммуникация и визуализация журналистики: история и современность [Электронный ресурс] / А. А. Грабельников, Н. С. Гегелова. – Москва; Берлин: Директ-Медиа, 2021. – 374 с. – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=614241>
2. Градюшко А. А. Сетевая пресса в системе СМИ [Электронный ресурс]: учеб.-метод. комплекс. – Минск: БГУ, 2005// Репозиторий Белорусского государственного университета. – Режим доступа: <https://elib.bsu.by/handle/123456789/11405>
3. Кот, Д. Копирайтинг: как не съесть собаку: создаем тексты, которые продают. - Санкт-Петербург: Питер, 2016. – 251 с.
4. Кот Д. Продающие тексты: модель для сборки. Копирайтинг для всех/ Д.Кот. – СПб: Питер, 2018 – 325 с.
5. Кот,Д. Копирайтинг: как не съесть собаку: создаём тексты, которые продают / Д. Кот. - Санкт-Петербург: Питер, 2016. - 251, [1] с.
6. Шимолин, В. И. Фотожурналистика в процессе трансформации медиaprостранства [Электронный ресурс]: учебное пособие / В. И. Шимолин. — Минск: БГУ, 2017. — 247 с. // Лань: электронно-библиотечная система. — URL: <https://e.lanbook.com/book/180504>

**Нормативные документы и законодательство**

1. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации» (от 17 июля 2008 г. № 427-з), режим доступа: <https://pravo.by/document/?guid=3871&p0=h10800427>

**Интернет-ресурсы:**

1. [www.mininform.gov.by](http://www.mininform.gov.by) – официальный сайт Министерства информации Республики Беларусь
2. [www.tvr.by](http://www.tvr.by) – официальный сайт Национальной государственной телерадиокомпании.
3. <http://bsj.by> – Белорусский союз журналистов

## ПЕРЕЧЕНЬ ВОПРОСОВ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ЗАЧЕТА

1. Мультимедийные принципы организации работы редакции, предпосылки к возникновению интернет-журналистики.
2. Информация как главная категория интернет-журналистики. Критерии отбора информации при создании материалов для интернет-ресурсов.
3. Основные профессиональные и этические проблемы развития Интернет-журналистики. Цели и задачи интернет-журналистики.
4. Новые типы СМИ в связи с развитием Интернет-технологий. Мультимедиа и новые принципы новостей.
5. Контент-анализ как метод исследования в интернет-журналистике. Задачи и параметры контент-анализа.
6. Синтетические жанры интернет-журналистики, их разновидности и особенности.
7. Технологические средства интернет-журналистики.
8. Понятие гиперстекстуальности и ее особенности. Виды гиперссылок.
9. Понятие инфографики, ее типология в интернет-журналистике.
10. Основная классификация онлайн-СМИ, общие признаки Интернет-СМИ.
11. Интернет-СМИ в Республике Беларусь. Виды интернет-СМИ.
12. Современные тенденции построения WEB-интерфейсов и практика их применения в интернет-журналистике.
13. Принципы работы поисковых систем, поисковая оптимизация интернет-СМИ.
14. Информационная функция Интернет-СМИ, интернет-журналистика и интернет-публицистика, их сходства и различия.
15. Социально-организационная и социально-креативная функции интернет-журналистики.
16. Классические и новые жанры интернет-журналистики, их отличия, мультимедийные и синтетические жанры.
17. Профессия интернет-журналиста в эпоху информационного общества, привлекательность и недостатки.
18. Планирование и организация выпуска интернет-издания, планирование, набор команды, реализация, продвижение.
19. Типологические особенности интернет-издания.
20. Аудитория интернет-вещательных сайтов и их особенности, особенности интернет-журналистики.
21. Веб-технологии журналистики, сходство и различие СМИ и СМК в сети Интернет.
22. Специфика страниц средств массовой информации в социальных сетях.
23. Особенности продвижения журналистских материалов в социальных сетях, взаимодействие с аудиторией.
24. Контент, создаваемый пользователями и его мониторинг для создания журналистских материалов для интернет-ресурсов.
25. Процесс и технологии подготовки материалов для сетевого издания.

26. Нарушение авторских и смежных прав в Интернете. Законодательство РБ о СМИ и публикациях в Интернете.
27. Понятие лонгрида в интернет-журналистике и его особенности.
28. Качества и профессионализм интернет-журналиста.
29. Принципы поведения пользователей в сети Интернет при поиске и изучении информации, особенности восприятия информации пользователями.
30. Копирайтинг в интернет-журналистике. Особенности коммерческого копирайтинга.
31. Профессиональные методы интернет-журналистики. Режиссура материала и его составные части.
32. Интернет-журналистика как область творческой деятельности. Специфика журналистского творчества.
33. Понятие творческого кризиса и методы его преодоления.
34. Блогосфера как разновидность интернет-журналистики. Методы создания личного бренда интернет-журналиста.
35. Подготовка и техническое оснащения современного блогера. Разработка контент-плана блогера.

## **ОРГАНИЗАЦИЯ САМОСТОЯТЕЛЬНОЙ РАБОТЫ СТУДЕНТОВ**

**Цель** самостоятельной работы студентов: обучить практическим навыкам в полном объёме содержания учебной дисциплины и сформировать умения использовать полученные знания для решения прикладных задач в изучаемой области и профессиональной деятельности.

**Задачи:**

1. Закрепить и систематизировать полученные знания.
2. Отработать профессиональный подход студентов к решаемым задачам в изучаемой области.

По темам дисциплины разработаны и размещены в учебном Classroom презентации (на слайдах представлен основной материал тем) и конспекты лекций, вопросы для самостоятельного изучения, контрольные задания с использованием средств Microsoft Power Point и Microsoft Word.

**Методы** планирования и организации самостоятельной работы студентов:

- анализ учебной программы по учебной дисциплине «Интернет-журналистика» с целью выделения тематических блоков для самостоятельной работы студентов;
- логическое структурирование тематических заданий, ориентированных на формирование и развитие компетенций студентов в контексте самостоятельной работы;
- проработка основных (литературных, научных) и дополнительных (материалов в печатных и электронных СМИ, статистических данных, электронных ресурсов и т.п.) источников;
- самостоятельные поиск и использование интерактивных источников получения информации для закрепления навыков;
- использование информационно-коммуникационных технологий;
- сравнительный и критический анализ в контексте самостоятельной работы;
- творческая самостоятельная работа студентов;
- индивидуальная и командная работа.

### **Дополнительное информационное и учебно-методическое обеспечение самостоятельной работы студентов**

#### **Медиатека кафедры**

1. Амзин А. А. Интернет-журналистика. Как писать хорошие тексты, привлекать аудиторию и зарабатывать на этом / А. А. Амзин - «Издательство АСТ», 2020 -(Книга профессионала), ISBN 978-5-17-105540-0
2. «Интернет-журналистика и интернет-реклама: Учебное пособие / В. О. Шпаковский, Н. В. Розенберг, Е. С. Егорова»: Инфра-Инженерия; Москва; 2018, ISBN 978-5-9729-0202-6

3. Калмыков А.А. Коханова Л.А. Интернет-журналистика. Теоретические основы. Академический учебник. - Москва.: Академия медиаиндустрии, 2018. 370 с. ISBN 978-5-902899-39-6
4. СМИ в пространстве Интернета: Учебное пособие / Лукина М.М., Фомичева И.Д. – М.: Факультет журналистики МГУ им. М.В. Ломоносова, 2005. – 87 с., Рекомендовано Ученым Советом факультета журналистики МГУ.
5. Машкова, С.Г. Интернет-журналистика: учебное пособие / С.Г. Машкова. – Тамбов: Изд-во тамб. гос. техн. ун-та, 2006. – 80 с. – 100 экз. – ISBN 5-8265-0533-8.
6. Копирайтинг: учебное пособие /Авт.- сост. Костюк Е.Б. – СПб., СПбГТУРП, 2015. - 95 с.

#### **Репозиторий учреждения образования «Полоцкий государственный университет»**

1. Ефимова, Н. В. Гражданская журналистика в социальных медиа [Электронный ресурс] / Н. В. Ефимова, Л. Н. Граевская // Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество: электрон. сборник статей междунар. науч. конф., Новополоцк, 11-12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т; под. общ. ред. И. А. Бортника. – Новополоцк, 2017. - С. 5., <https://elib.psu.by/handle/123456789/22127>
2. Медиакритика как цивилизирующий фактор в деятельности СМИ Вестник Полоцкого государственного университета. Серия Е, Педагогические науки: научно-теоретический журнал. - Новополоцк: ПГУ, 2011. - № 7. - С. 110-113, <https://elib.psu.by/handle/123456789/770>
3. Сетевой текст как особый продукт творческой деятельности в веб-журналистике Вестник Полоцкого государственного университета. Серия А, Гуманитарные науки: научно-теоретический журнал. - 2014. - № 10. – С. 144-148, <https://elib.psu.by/handle/123456789/8332>
4. Купчинова, Т. В. Интернет-СМИ и социальные медиа в ситуации риска и кризиса [Электронный ресурс] / Т. В. Купчинова // Новые коммуникативные технологии и современное белорусское общество: электрон. сборник статей междунар. науч. конф., Новополоцк, 11-12 нояб. 2016 г. / Полоц. гос. ун-т; под. общ. ред. И. А. Бортника. – Новополоцк, 2017. - С. 25., <https://elib.psu.by/handle/123456789/22125>

#### **Интернет-ресурсы**

1. <https://ifiyak.sfu-kras.ru/poleznye-ssylki/item/184/> - Каталог интернет-ресурсов по журналистике (более 200 ресурсов).
2. <http://www.journalist-pro.com/> - Интернет-издание Журналист Journalist PRO
3. <http://miw.by/category/new-media> - Лучшие WEB-Инструменты для журналистов



**Содержание самостоятельной работы студентов  
(дневная форма получения высшего образования)**

| Вид самостоятельной работы                            | Тематическое содержание и используемые источники  | Количество часов |
|---|---|------------------|
| Углублённое изучение отдельных тем учебной дисциплины | Тема 1. Основы интернет-журналистики (предмет, структура, содержание и задачи курса).<br>Осн. литература: [4],[6],[8],[10]<br>Доп. литература:[2].            | 2                |
|   | Тема 2. Интернет-журналистика как область творческой деятельности.<br>Осн. литература: [2].<br>Доп. литература:[1],[5],[8].                                   | 2                |
|   | Тема 3. Информация как главнейшая категория интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [1],[4],[6],[8],[10].<br>Доп. литература:[6].                          | 2                |
|   | Тема 4. Методы исследования в интернет-журналистике.<br>Осн. литература: [1],[4],[6],[8],[10].  | 4                |
|   | Тема 5. Основной инструментарий интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [1],[4],[5],[6],[7].<br>Доп. литература:[1],[2].                                   | 4                |
|   | Тема 6. Технологические средства интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [2],[4],[6],[7],[8],[10]<br>Доп. Литература: [3].                                 | 4                |
|   | Тема 7. Жанры интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [1],[2],[4],[7],[8],[10].<br>Доп. литература: [2].   | 2                |
|   | Тема 8. Принципы организации интернет-СМИ.<br>Осн. литература: [2],[4],[6],[7],[8].<br>Доп. литература: [2].  | 2                |
|   | Тема 9. Профессиональные методы интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [3],[4],[6],[8],[10].<br>Доп. литература: [1],[3],[8].                             | 4                |
|   | Тема 10. Социальные сети как платформа современной интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [2],[3],[5],[7],[8], [9],[10].<br>Доп. литература: [3],[5],[6]. | 4                |
|   | Тема 11. Основы копирайтинга.<br>Осн. литература: [2],[3],[5],[8],[9].<br>Доп. литература: [3],[4],[5].   | 6                |
|   | Тема 12. Блогосфера как разновидность интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [2],[4],[5],[6],[8],[9].<br>Доп. литература: [1],[2].                        | 2                |
|   |   | <b>ИТОГО:</b>    |

**Содержание самостоятельной работы студентов  
(заочная форма получения высшего образования)**

| Вид самостоятельной работы                            | Тематическое содержание и используемые источники  | Количество часов |
|---|---|------------------|
|   | Тема 1. Основы интернет-журналистики (предмет, структура, содержание и задачи курса).<br>Осн. литература: [4],[6],[8],[10]<br>Доп. литература:[2].            | 2                |
|   | Тема 2. Интернет-журналистика как область творческой деятельности.<br>Осн. литература: [2].<br>Доп. литература:[1],[5],[8].                                   | 2                |
|   | Тема 3. Информация как главная категория интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [1],[4],[6],[8],[10].<br>Доп. литература:[6].                             | 4                |
|   | Тема 4. Методы исследования в интернет-журналистике.<br>Осн. литература: [1],[4],[6],[8],[10].  | 6                |
|   | Тема 5. Основной инструментарий интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [1],[4],[5],[6],[7].<br>Доп. литература:[1],[2].                                   | 6                |
|   | Тема 6. Технологические средства интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [2],[4],[6],[7],[8],[10]<br>Доп. Литература: [3].                                 | 4                |
|   | Тема 7. Жанры интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [1],[2],[4],[7],[8],[10].<br>Доп. литература: [2].   | 4                |
|   | Тема 8. Принципы организации интернет-СМИ.<br>Осн. литература: [2],[4],[6],[7],[8].<br>Доп. литература: [2].  | 4                |
| Углублённое изучение отдельных тем учебной дисциплины | Тема 9. Профессиональные методы интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [3],[4],[6],[8],[10].<br>Доп. литература: [1],[3],[8].                             | 8                |
|   | Тема 10. Социальные сети как платформа современной интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [2],[3],[5],[7],[8], [9],[10].<br>Доп. литература: [3],[5],[6]. | 8                |
|   | Тема 11. Основы копирайтинга.<br>Осн. литература: [2],[3],[5],[8],[9].<br>Доп. литература: [3],[4],[5].   | 8                |
|   | Тема 12. Блогосфера как разновидность интернет-журналистики.<br>Осн. литература: [2],[4],[5],[6],[8],[9].<br>Доп. литература: [1],[2].                        | 4                |
|   | <b>ИТОГО:</b>   | <b>60</b>        |

## КОНТРОЛЬ КАЧЕСТВА УСВОЕНИЯ ЗНАНИЙ

Диагностика качества усвоения знаний проводится в форме промежуточного контроля и текущей аттестации.

В основу структурирования содержания учебной дисциплины положен принцип разбивки научно-теоретического материала на:

- лекционный материал;
- практические занятия;
- вопросы для самостоятельной подготовки и контроля знаний;
- творческие задания, а также задачи, проблемные ситуации и работа в группах.

В процессе преподавания и контроля знаний по учебной дисциплине используются информационно-коммуникационные технологии (ИКТ).

Мероприятия промежуточного контроля проводятся в течение семестра и включают в себя следующие формы контроля:

- дискуссия;
- эссе (письменно);
- устный опрос;
- творческая работа;
- контрольная работа;
- защита проекта.

Для управления образовательным процессом и организации контрольно-оценочной деятельности по учебной дисциплине «Интернет-журналистика» используется рейтинговая система оценки качества знаний.

Результаты промежуточного контроля за семестр оцениваются отметкой в баллах по десятибалльной шкале и выводится исходя из отметок, выставленных в ходе проведения мероприятий промежуточного контроля в течение семестра по следующей формуле:

$$П = 0,25 \times \text{отметка за написание эссе} + 0,25 \times \text{отметку за творческую работу 1} + 0,25 \times \text{отметка творческую работу 3} + 0,25 \times \text{отметка за защиту проекта 2}.$$

Студентам, которые по результатам промежуточного контроля в семестре получили 6 (шесть) баллов и выше, выставляется отметка «зачтено».

Студентам, которые по результатам промежуточного контроля получили ниже 6 (шести) баллов приглашаются на сдачу устного зачёта по билетам. Билет содержит 2 вопроса из перечня вопросов для проведения зачёта, на которые необходимо дать развёрнутый и полный ответ.

Итоговая отметка учитывает отметку по результатам промежуточного контроля и отметку по результатам сдачи зачёта.

|                      | Отметка по результатам промежуточного контроля | Отметка по результатам сдачи зачёта |
|----------------------|--|-------------------------------------|
| Весовые коэффициенты | <b>0,6</b>                                     | <b>0,4</b>                          |

Итоговая отметка по учебной дисциплине формируется следующим образом: отметка по результатам промежуточного контроля  $\times 0,6$  + отметка по результатам сдачи зачёта  $\times 0,4$

Отметка «зачтено» выставляется, если студент получил 4 балла и выше по результатам сдачи устного зачёта.

## ОПИСАНИЕ ПРОЕКТНОГО МЕТОДА

В процессе изучения дисциплины “Интернет-журналистика” предусмотрен проектный метод обучения. Данный метод направлен на развитие творческих и познавательных процессов, критического мышления, умения самостоятельно получать знания и применять их в практической деятельности. Подготовка проекта ориентирована на самостоятельную деятельность студентов.

Проектный метод обучения предполагает осуществление работы над поставленной прикладной задачей и процессом её решения. Работая над проектом, студенты планируют свои действия, осуществляют поиск и анализ информации, моделируют, интерпретируют результаты своей деятельности, готовят доклад с презентацией для защиты результатов проекта.

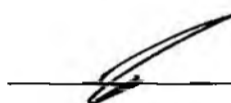
В рамках изучения дисциплины “Интернет-журналистика” студенты поэтапно готовят проект, в который входят следующие задачи:

- сбор и интерпретация информации текстовой информации на примере конкретной организации (интернет-ресурсов);
- анализ полученной информации;
- сегментирование целевых аудиторий и определение целевых групп;
- разработка прикладных предложений по повышению эффективности журналистских материалов выбранной организации;
- разработка контент-плана публикаций и выбор каналов коммуникаций;
- представление и защита результатов.

**ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ  
С ДРУГИМИ УЧЕБНЫМИ ДИСЦИПЛИНАМИ СПЕЦИАЛЬНОСТИ**

| Название учебной дисциплины, изучение с которой требуется согласование | Название кафедры | Предложения об изменениях в содержании учебной программы учреждения высшего образования по учебной дисциплине | Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу (с указанием даты и номера протокола) |
|--|------------------|---|---|
| 1  | 2                | 3   | 4   |
| -  | СоцКом           | М.И.И.  |   |

Заведующий кафедрой  
социальных коммуникаций  
к.и.н., доцент



С.О. Шидловский