|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Autogenerated | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **ФЕДЕРАЛЬНОЕ ГОСУДАРСТВЕННОЕ БЮДЖЕТНОЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЕ** **УЧРЕЖДЕНИЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ**  **«ДОНСКОЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ»**  **(ДГТУ)** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | УТВЕРЖДАЮ | | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | *Документ подписан*  *с использованием*  *простой электронной*  *подписи для ЭИОС* | | | | | | | | | | | |  | | | | | | | |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | Проректор по учебной работе и подготовке кадров высшей квалификации | | | | | | | | | | |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | |  | А.Н. Бескопыльный | | |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  | личная подпись | | | |  |  | инициалы, фамилия |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | 26.07.2019 | | | | | | | |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Блогинг** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| рабочая программа дисциплины (модуля) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Закреплена за кафедрой | | |  |  | **Связи с общественностью** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Учебный план | | | | | 420405МЗБК\_43\_1-19.plx | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Направление (спец.) | | | | |
|  | 42.04.05 Медиакоммуникации  направленость (профиль) Новые медиа и бизнес-коммуникации | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  | | | | |  | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  | **магистр** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  | Квалификация | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Форма обучения | | | | | **заочная** | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Общая трудоемкость | | | |  | **4 ЗЕТ** | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  | Часов по учебному плану | | | | | | | | 144 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | Виды контроля на курсах: | | | | | | | | |
|  |  | в том числе: | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  | зачеты 2 | | | | | | | |
|  |  | аудиторные занятия | | | | | | | 14 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | самостоятельная работа | | | | | | | 124,8 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  | | | | | | |  | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **Распределение часов дисциплины по курсам** | | | | | | | | | | | | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Курс | | | **2** | | | | | | | | Итого | | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Вид занятий | | | УП | | | | РП | | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Лекции | | | 6 | | | | 6 | | | | 6 | | 6 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Практические | | | 8 | | | | 8 | | | | 8 | | 8 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| КСР | | | 5 | | | | 5 | | | | 5 | | 5 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Иная контактная работа | | | 0,2 | | | | 0,2 | | | | 0,2 | | 0,2 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Итого ауд. | | | 14 | | | | 14 | | | | 14 | | 14 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Сам. работа | | | 124,8 | | | | 124,8 | | | | 124,8 | | 124,8 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Итого | | | 144 | | | | 144 | | | | 144 | | 144 | | |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx | | | |  |  |  |  |  |  |  | стр. 2 |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рабочая программа составлена: |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| профессор | |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | |  | Морозова О. М. | |
| преподаватель | |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | |  | Ефимов В. А. | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рецензент(ы): |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Руководитель проекта "Информационное агентство 1РНД" | |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | |  | Лещева С.И. | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Генеральный директор «Агентство гуманитарных технологий «АГТ-Юг» | |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | | | | | |  | Алексеева Я.С. | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рабочая программа дисциплины | | | | | | |  |  |  |  |  |
| **Блогинг** | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| разработана в соответствии с ФГОС ВО: | | | | | | |  |  |  |  |  |
| Федеральный государственный образовательный стандарт высшего образования по направлению подготовки 42.04.05 Медиакоммуникации (уровень магистратуры) (приказ Минобрнауки России от 08.06.2017г. №531) | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| составлена на основании учебного плана: | | | | | | |  |  |  |  |  |
| 42.04.05 Медиакоммуникации  направленость (профиль) Новые медиа и бизнес-коммуникации | | | | | | | | | | | |
| утвержденного учёным советом вуза от 02.07.2019 протокол № 12. | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Рабочая программа одобрена на заседании кафедры | | | | | | | | | | | |
| **Связи с общественностью** | | | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Протокол от 03.07.2019 г. № 14  Срок действия программы: \_\_\_\_-\_\_\_\_ уч.г.  Зав. кафедрой Связи с общественностью | | | | |  |  |  |  |  |  |  |
|  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Дружба Ольга Владимировна | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Заведующий выпускающей кафедры | | | | |  |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Дружба Ольга Владимировна | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| Председатель НМС УГН(С) 42.00.00 Средства массовой информации и информационно- библиотечное дело  \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ 2019 г. № \_\_\_ | | | | | |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Заведующий кафедрой "СО", Д.и.н., профессор, Дружба О.В. | | | |
|  |  |
|  |  |  |  |  |  |

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx |  |  |  |  | стр. 3 |
|  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
| **Визирование РП для исполнения в очередном учебном году** | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
| Председатель НМС УГН(С) 42.00.00 Средства массовой информации и информационно- библиотечное дело  \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_г. № \_\_\_ | |  | \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ | Заведующий кафедрой "СО", Д.и.н., профессор, Дружба О.В. | |
|  |  |
|  |  |  |  |
|  |  |  |  |  |  |
| Рабочая программа по дисциплине «Блогинг» проанализирована и признана актуальной для исполнения в \_\_\_\_ - \_\_\_\_ учебном году. | | | | | |
| **Протокол заседания кафедры «Связи с общественностью» от \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_г. № \_\_\_** | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
|  |  |  |  | Дружба Ольга Владимировна | |
| Зав. кафедрой \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_  \_\_ \_\_\_\_\_\_\_\_\_ \_\_\_\_г. № \_\_\_ | | | |
|  |  |
|  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |
|  | | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx | | | | |  | стр. 4 |
| **1. ЦЕЛИ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | |
| 1.1 | | изучение правовых и теоретических основ блогинга, | | | | |
| 1.2 | | получение знаний в сфере медиапсихологии; | | | | |
| 1.3 | | приобретение навыков в области использования блогинга в качестве инструмента профессиональной деятельности. | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **2. МЕСТО ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ) В СТРУКТУРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОЙ ПРОГРАММЫ** | | | | | | |
| Цикл (раздел) ОП: | | | | Б1.В | | |
| **2.1** | **Требования к предварительной подготовке обучающегося:** | | | | | |
| 2.1.1 | Мультимедийные технологии производства и обработки медиапродукта | | | | | |
| 2.1.2 | Теория и методология современной коммуникативистики | | | | | |
| **2.2** | **Дисциплины (модули) и практики, для которых освоение данной дисциплины (модуля) необходимо как** **предшествующее:** | | | | | |
| 2.2.1 | Корпоративная культура и внутренние коммуникации | | | | | |
| 2.2.2 | PR и реклама в новых медиа | | | | | |
| 2.2.3 | SMM продвижение | | | | | |
| 2.2.4 | Контент-маркетинг | | | | | |
| 2.2.5 | Язык новых медиа | | | | | |
| 2.2.6 | Проектный менеджмент | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **3. КОМПЕТЕНЦИИ ОБУЧАЮЩЕГОСЯ, ФОРМИРУЕМЫЕ В РЕЗУЛЬТАТЕ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ** **(МОДУЛЯ)** | | | | | | |
| **ПК-1.1: Оценивает потребности целевой аудитории в медиапродукте, определяет формат, формулирует творческое** **задание, отбирает методы и технологии создания медиапродукта** | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | |
| Уровень 3 | | | методы и технологии создания медиапродукта | | | |
| **Уметь:** | | | | | | |
| Уровень 3 | | | определять формат медиапродукта в соответствии с запросами целевой аудитории, формулировать творческое задание | | | |
| **Владеть:** | | | | | | |
| Уровень 3 | | | навыками оценки потребности целевой аудитории в медиапродукте | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **ПК-1.3: Координирует работу по созданию медиапродукта, формулирует критерии его оценки, осуществляет** **контроль основных параметров медиапродукта, дает итоговую оценку качества медиапродукта** | | | | | | |
| **Знать:** | | | | | | |
| Уровень 3 | | | основные параметры медиапродукта и требования к его качеству | | | |
| **Уметь:** | | | | | | |
| Уровень 3 | | | формулировать критерии оценки и осуществлять контроль основных параметров медиапродукта | | | |
| **Владеть:** | | | | | | |
| Уровень 3 | | | навыками проведения оценки качества медиапродукта | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |
| **В результате освоения дисциплины (модуля) обучающийся должен** | | | | | | |
| **3.1** | | **Знать:** | | | | |
| 3.1.1 | | - особенности блогинга как новой формы коммуникации; | | | | |
| 3.1.2 | | - специфику текстового блогинга и видеоблогинга; | | | | |
| **3.2** | | **Уметь:** | | | | |
| 3.2.1 | | - создавать проекты блогов и видеоблогов, включая стиль и образы ведущих; сценарии видеороликов; | | | | |
| 3.2.2 | | - размещать в социальных сетях и видеохостингах и обеспечивать техническую поддержку блогов и видеоканалов; загружать видео; | | | | |
| **3.3** | | **Владеть:** | | | | |
| 3.3.1 | | - способностью порождать принципиально новые идеи и продукты, обладает креативностью, инициативностью; | | | | |
| 3.3.2 | | - способностью воспринимать тексты медиа с точки зрения их информативности, семантики и смысла и идентификации возможных манипуляций в различных их формах (устной и письменной, с использованием аудиовизуальных средств); | | | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx | | | |  |  |  |  |  |  | стр. 5 |
| 3.3.3 | - способностью взаимодействовать с аудиторией с использованием современных форм сетевой коммуникации: блогов, социальных сетей; | | | | | | | | | |
| 3.3.4 | - способностью обрабатывать медиапродукты и готовить их для их публичного распространения на различных медианосителях и при помощи разных каналов. | | | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **4. СТРУКТУРА И СОДЕРЖАНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | | | | |
| **Код** **занятия** | | **Наименование разделов и тем /вид** **занятия/** | **Семестр /** **Курс** | | **Часов** | **Компетен-**  **ции** | **Литература** | **Интер** **акт.** | **Примечание** | |
|  | | **Раздел 1. Блогинг как вид новых** **медиа** |  | |  |  |  |  |  | |
| 1.1 | | Блогосфера как сетевое информационное пространство. Информативный и символический аспекты медиатекстов /Лек/ | 2 | | 2 |  | Л1.1 Л1.4 Л1.5 Л1.7 | 0 |  | |
| 1.2 | | Правовые основы деятельности блогера /Лек/ | 2 | | 2 |  | Л1.2  Э1 | 0 |  | |
| 1.3 | | Блогинг как вид новых медиа /Ср/ | 2 | | 26 |  | Л1.1 Л1.2 Л1.7  Э1 | 0 |  | |
|  | | **Раздел 2. Блогинг как** **маркетинговый инструмент** |  | |  |  |  |  |  | |
| 2.1 | | Блогер как предприниматель. Взаимозависимость целевой аудитории, контента и инструментов сетевой коммуникации /Лек/ | 2 | | 2 |  | Л1.4 Л1.6 Л1.8  Э2 | 0 |  | |
| 2.2 | | Блогосфера в свете социальных и гуманитарных теорий /Ср/ | 2 | | 36 |  | Л1.4 Л1.6 Л1.8  Э2 | 0 |  | |
|  | | **Раздел 3. Основы практического** **блогинга** |  | |  |  |  |  |  | |
| 3.1 | | Общие понятия и явления видеоблогосферы /Ср/ | 2 | | 36 |  | Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2  Э1 | 0 |  | |
| 3.2 | | Видеоблогинг: этапы и задачи /Пр/ | 2 | | 8 |  | Л1.3 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2  Э1 | 0 |  | |
| 3.3 | | Основы практического блогинга. Технологии обработки медиапродуктов /Ср/ | 2 | | 26,8 |  | Л1.3 Л1.6 Л1.8Л2.1 Л2.2  Э1 | 0 |  | |
| 3.4 | | План развития и продвижения блога. Техническая база проекта  /ИКР/ | 2 | | 0,2 |  | Л1.3 Л1.4 Л1.7 Л1.8 Л1.9Л2.1 Л2.2  Э1 Э2 | 0 |  | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |  |
| **5. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ (ОЦЕНОЧНЫЕ СРЕДСТВА)**  **для текущего контроля успеваемости, промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины** | | | | | | | | | | |
| **5.1. Контрольные вопросы и задания** | | | | | | | | | | |
| Контрольные вопросы и задания для самопроверки:  1. Что же такое блог?  2. Чем отличаются понятия «блог» в широком и узком толковании?  3. Какие разновидности блогов существуют?  4. Какова классическая структура блога?  5. Какова структура текстового поста?  6. Подпадает ли блог под действие ФЗ-49?  7. Классификация блогов.  8. Платформы для ведения блогов и создания видеоканалов: особенности контента и целевых аудиторий.  9. Что такое коллаборация и их роль в раскрутке канала?  10. На каких условиях осуществляется сотрудничество блогеров и рекламодателей?  11. Особенности Интернет-сленга и Интернет-термины. Социальные функции языка, возникшего в блогосфере. Вопросы этики общения в блогосфере.  12. Социологические теории направления E-Social Science (Системная теория Н. Лумана. «Теория поля» К. Левина. Сетевая теория М. Кастельса и Б. Велмана. Теория «интеллектуальной сети» Р. Коллинза. Теория «зеркального Я» Г. Гарфинкеля).  13. Что означает понятие «когнитивный сдвиг»?  14. В каком значении используется понятие «психологическая регрессия» в описании личностных качеств | | | | | | | | | | |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx |  | стр. 6 |
| пользователя блогосфры?  15. Что означает понятие «огруппленное мышление»?  16. Факторы, влияющие на выбор темы для популярного поста?  17. Что такое SEO-оптимизация? Какие приемы использует?  18. Что такое троллинг? С какими целями используется?  19. Какие жанры существуют в видеоблогинге?  20. Приемы создания отношений блогеров с пользователями социальных сетей.  21. Каким образом отслеживается статистика видеоканалов?  22. Особенности сценариев видеоролика.  23. Что такое раскадровка?  Контрольные вопросы и задания для проведения промежуточной аттестации:  1. Коммуникативный потенциал новых средств массовой информации.  2. Технические и социальные условия возникновения блогосферы.  3. Законодательные акты, регулирующие деятельность блогосферы. Федеральный за-кон от 27 июля 2006 г. N 149- ФЗ "Об информации, информационных технологиях и о защите информации". Полномочия и компетенции Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций.  4. Особенности Интернет-сленга и Интернет-термины.  5. Социальные функции языка, возникшего в блогосфере.  6. Вопросы этики общения в блогосфере.  7. Специализация блогов в зависимости от гендерных и возрастных параметров целевой аудитории.  8. Специфика хостингов в формате информации и предпочтениях целевой аудитории.  9. Виды блогов. Текстовые блоги, видеоблоги, подкасты, фотоблоги, микроблоги.  10. Условия популярности поста: актуальность, оригинальность, стиль.  11. E-Social Science как одно из направлений системной социологии.  12. Системная теория Н. Лумана о свойствах блогосферы  13. Теории М. Кастельса и Б. Велмана о социальных отношения в блогосфере  14. Теория «интеллектуальной сети Р. Коллинза  15. Теория Г. Гарфинкеля о процессе формирования виртуального образа  16. Количественные и качественные методы изучения блогосферы. Контент-анализ.  17. Количественные и качественные методы изучения блогосферы. Ивент-анализ.  18. Количественные и качественные методы изучения блогосферы. Кейс-стади.  19. Структура текстового поста.  20. Эффектные приемы SEO-оптимизации. Метки, хештеги, мемы.  21. Специализация видеохостингов (YouTube, Coub.com, Facebook, Twitter, Tumblr, VK, Одноклассники, Google+ или LiveJournal) и особенности размещаемых видео.  22. Жанры видеоблогинга: стриминг, летсплей, летсвотч, стендап, бьюти, тревел.  23. Socialblade. Статистика видеоканалов и ее расшифровка.  24. Техническое обеспечение видеоблогинга.  25. Сценарий видеоролика. Синопсис. Тритмент. Раскадровка.  26. Съемка и монтаж видео.  27. Регистрация канала. Загрузка ролика на сайт видеохостинга. | | |
| **5.2. Темы письменных работ** | | |
| Творческое задание (создание идеи видеоканала, разработка его стилистики и имиджа ведущего).  Практическая работа (создание видеоролика - съемка, монтаж, загрузка на видеохостинг).  Темы контрольных работ:  1. Коммуникативный потенциал новых средств массовой информации  2. Концепция развития информационного общества  3. Роль знаний и информации в информационом обществе  4. Окинавская хартия информационного общества  5. Стратегия развития информационного общества в РФ  6. Образование в информационном обществе  7. Информационные потоки и их влияние на развитие личности  8. Развитие науки в информационном обществе  9. Информационная безопасность и информационные войны  10. Развитие информационноо общества в странах АТР  11. Развитие информационного общества в странах Европы  12. Информационные правоотношения  13. Технологии представления контента в Интернете  14. Рейтинги и медиаметрия.  15. Блогосфера как сетевое информационное пространство  16. Блоги и веб-хостинги  17. Описание и анализ блогосферы с помощью социологических теорий  18. Психологические механизмы поведения, активизирующиеся в блогосфере  19. Текстовые блоги (онлайн-дневники) | | |

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx | | | |  |  |  | стр. 7 |
| 20. Общие понятия и явления видеоблогосферы  21. Видеоблогинг: этапы и задачи | | | | | | | |
| **5.3. Оценочные материалы (оценочные средства)** | | | | | | | |
| Оценочные средства прилагаются к РПД. | | | | | | | |
| **5.4. Перечень видов оценочных средств** | | | | | | | |
| Тестирование, устный опрос, сообщение, презентация, творческое задание, практическая работа. | | | | | | | |
|  |  |  |  |  |  |  |  |
| **6. УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКОЕ И ИНФОРМАЦИОННОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | | | | | |
| **6.1. Рекомендуемая литература** | | | | | | | |
| **6.1.1. Основная литература** | | | | | | | |
|  | Авторы, составители | | Заглавие | | Издательство, год | Количество | |
| Л1.1 | Конрадова, Н. | | Проблема идентичности в русскоязычном Интернете | | б.и., 2004 | ЭБС | |
| Л1.2 | Шмидт, Э., Тойбинер, К. | | Control + Shift. Публичное и личное в русском Интернете: По лицензии Common Creative | | Москва: Директ-Медиа, 2010 | ЭБС | |
| Л1.3 | Разинкин, В.П., Абросимов, А.А. | | Основы цифровой аудио- и видеотехники: учебное пособие | | Новосибирск: НГТУ, 2011 | ЭБС | |
| Л1.4 | Кошелева, А.Н. | | Психология Интернет-коммуникации: учебно- методический комплекс | | Санкт-Петербург: РГПУ им. А. И. Герцена, 2015 | ЭБС | |
| Л1.5 | Калмыков, А.А., Коханова, Л.А. | | Интернет-журналистика: учебник | | Москва: Юнити-Дана, 2015 | ЭБС | |
| Л1.6 | Куркова, Н.С. | | Анимационное кино и видео. Азбука анимации: учебное пособие | | Кемерово: Кемеровский государственный институт культуры, 2016 | ЭБС | |
| Л1.7 | Бочаров, М.П., Тишкова, М.В. | | PR в Интернете: учебное пособие | | Москва: Альпина Паблишер, 2017 | ЭБС | |
| Л1.8 | Алешин Леонид Ильич | | Компьютерный видеомонтаж | | Москва: Издательство "ФОРУМ", 2012 | ЭБС | |
| Л1.9 | Баранов Андрей Евгеньевич | | Интернет-психология | | Москва: Издательский Центр РИОР, 2013 | ЭБС | |
| **6.1.2. Дополнительная литература** | | | | | | | |
|  | Авторы, составители | | Заглавие | | Издательство, год | Количество | |
| Л2.1 | Катунин, Г.П. | | Видеоредактор Sony Vegas Pro: учебное пособие | | Саратов: Вузовское образование, 2017 | ЭБС | |
| Л2.2 | Рознатовская, А.Г. | | Создание компьютерного видеоролика в Adobe Premiere Pro CS 2: учебное пособие | | Москва, Саратов: Интернет-Университет Информационных Технологий (ИНТУИТ), Вузовское образование, 2017 | ЭБС | |
| **6.2. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети "Интернет"** | | | | | | | |
| Э1 | Yuotube Creator Academy | | | | | | |
| Э2 | Котлер Ф. основы маркетинга. М.: Вильямс, 2007. | | | | | | |
| **6.3 Перечень информационных технологий** | | | | | | | |
| **6.3.1 Перечень программного обеспечения** | | | | | | | |
| 6.3.1.1 | | Microsoft Office Pro 2016 | | | | | |
| 6.3.1.2 | | ADOBE DESIGN std CS6 MLP AOO (Certificate Number 12683566, End User ID 22610965, Adobe Order Number 139090562, Deploy-to ID 53948844, Issue Date Sep 5, 2014; End User Name FGBOUVPO RGSU, End User PO). | | | | | |
| 6.3.1.3 | | Adobe master collection (Certificate Number 12683566, End User ID 22610965, Adobe Order Number 139090562, Deploy-to ID 53948844). | | | | | |
| **6.3.2 Перечень информационных справочных систем, профессиональные базы данных** | | | | | | | |
| 6.3.2.1 | | Консультант + | | | | | |
| 6.3.2.2 | | Научная электронная библиотека: https://elibrary.ru | | | | | |
| 6.3.2.3 | | Информационно-аналитическая база данных: WOS http://apps.webofknowledge.com/WOS\_GeneralSearch\_input.do? product=WOS&search\_mode=GeneralSearch&SID=C5hWgRl37PQtaURi4aX&preferencesSaved | | | | | |
| 6.3.2.4 | | Информационно-аналитическая база данных: Scopus https://www.scopus.com/search/form.uri?display=authorLookup | | | | | |
| 6.3.2.5 | | ЭБС «Университетская библиотека on-line»: http://biblioclub.ru | | | | | |
| 6.3.2.6 | | ЭБС «Znanium.com» | | | | | |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| УП: 420405МЗБК\_43\_1-19.plx | |  | стр. 8 |
| 6.3.2.7 | ЭБС «IPRbooks»: http://www.iprbookshop.ru | | |
| 6.3.2.8 | ЭБС «Лань»: https://e.lanbook.com | | |
| 6.3.2.9 | ЭБС «Руконт»: https://ntb.donstu.ru/content/uvazhaemye-obuchayushchiesya-prepodavateli-i-sotrudniki-universiteta-10 | | |
| 6.3.2.10 | ЭБС «BOOK.ru»: https://ntb.donstu.ru/content/uvazhaemye-obuchayushchiesya-prepodavateli-i-sotrudniki-universiteta-21 | | |
| 6.3.2.11 | ЭБС «ЭБС ЮРАЙТ»: www.biblio-online.ru | | |
|  |  |  |  |
| **7. МАТЕРИАЛЬНО-ТЕХНИЧЕСКОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | |
| Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех занятий по дисциплине, предусмотренных учебным планом и содержанием РПД. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и техническими средствами обучения согласно требованиям ФГОС, в т.ч.: | | | |
| 7.1 | Специальные помещения представляют собой учебные аудитории для проведения всех занятий по дисциплине, | | |
| 7.2 | предусмотренных учебным планом и содержанием РПД. Помещения укомплектованы специализированной мебелью и | | |
| 7.3 | техническими средствами обучения согласно требованиям ФГОС, в т.ч.: | | |
| 7.4 | 7.1 Мультимедийное оборудование – компьютер, проектор, экран, аудио оборудование. | | |
| 7.5 | 7.2 Столы аудиторные. Стулья аудиторные. Учебная доска. | | |
| 7.6 | 7.3 Помещения для занятий лекционного типа, семинарского типа, групповых и индивидуальных консультаций, | | |
| 7.7 | текущего контроля/ | | |
| 7.8 | 7.4. Помещения для самостоятельной работы аспиранта, оборудованные компьютером и выходом в интернет т.д. | | |
|  |  |  |  |
| **8. МЕТОДИЧЕСКИЕ УКАЗАНИЯ ДЛЯ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ОСВОЕНИЮ ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)** | | | |
| Развитие общества сопряжено с качественным и количественным каналов коммуникации. Постиндустриальное общество, как классифицируется современное общество, активно использует интернет, в котором сформировались новые медиа, к которым относятся блоги. По исследованиям «Медиалогии» блог-площадки уже сегодня обгоняют по совокупной аудитории классические медиа: радио, ТВ и печатные СМИ. Этот факт привлекает к блогам большое количество рекламодателей, что делает сами блоги ещё перспективней для роста. Умение работать в блогосфере у выпускника магистратуры по специальности «Новые медиа и бизнес коммуникации» является обязательным для ведения профессиональной деятельности.  В качестве приложения к РПД разработаны ФОСы и методические указания. | | | |

.