

МИНБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
«Костромской государственный университет»  
(КГУ)

**РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ**

**Интернет и СМИ: язык новых медиа**

Направление подготовки 42.03.02 Журналистика

Направленность «Журналистика и цифровые медиакоммуникации»

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома

2022, 2023

Рабочая программа дисциплины разработана в соответствии с Федеральным государственным образовательным стандартом ВО 3++ – бакалавриат направления подготовки 42.03.02 «Журналистика», утверждённого МИНОБРНАУКИ России 08.06.2017 г. (приказ № 524, зарегистрирован 29.06.2017 г., регистр. № 47219).

Разработал: Елманов В.С. ст.преп. кафедры МКиТ; Лысенко Д.С.

Рецензент: Сажин С.В. Начальник службы радиовещания  
филиала ФГУП ВГТРК ГТРК "Кострома"

**ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:**

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 21.04.2022г.

**ПРОГРАММА ПЕРЕУТВЕРЖДЕНА:**

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры №8 от 30.03.2023г.

## **1. Цели и задачи освоения дисциплины**

### **Цель дисциплины:**

Целью освоения дисциплины «Интернет и СМИ: язык новых медиа» является: формирование знаний, умений и навыков в области использования информационных и коммуникационных технологий, составляющих основу формирования компетентности специалиста по применению информационных и коммуникационных технологий (ИКТ) в профессиональной деятельности журналиста. Формирование у студентов базовых знаний об интернет - журналистике, о тенденциях ее развития и роли в обществе, о специфике работы журналиста в конвергентных СМИ.

### **Задачи дисциплины:**

- Научить студентов пользоваться Интернетом как источником информации и местом размещения собственных материалов.
- Познакомить студентов с возможностями Интернета, с формами организации информации.
- Научить студентов работать с информацией в сети, показать источники извлечения информации разного типа.
- Познакомить с основными инструментами журналистов в сети.
- Научить самостоятельно создавать материалы и размещать их в сети.
- Профессионально-трудовое воспитание обучающихся посредством содержания дисциплины и актуальных воспитательных технологий.

## **2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине.**

### **В результате освоения дисциплины обучающийся должен:**

#### **Знать:**

- особенности технической базы и новейших цифровых технологий, применяемых в интернет-СМИ и мобильных медиа;
- специфику работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики; методы и технологию подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика и т.п.); современные тенденции дизайна и инфографики в СМИ;

#### **Уметь:**

- использовать в профессиональной деятельности цифровые и IT-технологии, цифровую технику.
- пользоваться основными операционными системами, программным обеспечением, необходимым для создания и обработки текстов, цифровыми устройствами ввода текстовой и графической информации, системами передачи и обмена информации.
- использовать в профессиональной работе мобильную связь, приводить печатные тексты, интернет- материалы в соответствие со стандартами, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов.

#### **Владеть:**

- навыками в работе с поисковыми системами, редактировании журналистских материалов и оформлении интернет-изданий.
- способностью участвовать в производственном процессе выхода мультимедийного материала в соответствии с современными технологическими требованиями.

Основами редакционного менеджмента.

ОПК-1 – Способен создавать востребованные обществом и индустрией медиатексты и (или) медиапродукты, и (или) коммуникационные продукты в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем.

ОПК-1.1. Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку журналистских текстов и (или) продуктов различных жанров и форматов в соответствии с нормами русского и иностранного языков, особенностями иных знаковых систем

ОПК-6 – Способен понимать принципы работы современных информационно-коммуникационных технологий и использовать их для решения задач профессиональной

ОПК-6.1. Должен знать и понимать принципы работы современных информационных технологий.

ОПК-6.2. Уметь использовать современные информационные системы и технологии в решении профессиональных задач.

ОПК-6.3. Иметь навыки работы с современным общесистемным и офисным программным обеспечением, в т.ч. отечественного производства.

ОПК-6.4. Иметь навыки обеспечения информационной безопасности при работе с современными информационными системами и технологиями.

### 3. Место дисциплины в структуре ОП ВО

Дисциплина «Интернет и СМИ: язык новых медиа» входит в Б.1 Обязательная часть, изучается в 5-м семестре. Для успешного освоения данного курса студентам необходим комплекс знаний, обеспечиваемых рядом параллельно читаемых дисциплин, с которыми он координируется.

Дисциплина «Интернет и СМИ: язык новых медиа» базируется на курсах дисциплин, изучаемых в образовательной программе бакалавриата: «Система СМИ». Изучение дисциплины «Интернет и СМИ: язык новых медиа» сопрягается с овладением теоретико-методологическим и практическим базисом дисциплин общенаучного и профессионального циклов данной образовательной программы: «Система СМИ», «Правовые основы деятельности СМИ», «Основы медиакоммуникации», с заданиями по практическому применению их в ходе исследовательской работы и с выполнением программ профессионально-журналистской практики.

### 4. Объем дисциплины (модуля)

#### 4.1. Объем дисциплины в зачетных единицах с указанием академических (астрономических) часов и виды учебной работы (Очная форма)

| Виды учебной работы,                     | Всего часов | Семестр | Семестр |
|--|-------------|---------|---------|
|  |             | 5       |         |
| Общая трудоемкость в зачетных единицах   | 4           | 4       |         |
| Общая трудоемкость в часах               | 144         | 144     |         |
| Аудиторные занятия в часах, в том числе: | 48,35       | 48,35   |         |
| Лекции                                   | 16          | 16      |         |
| Практические занятия                     | 30          | 30      |         |
| Лабораторные занятия                     | -           | -       |         |
| Самостоятельная работа в часах           | 95,65       | 95,65   |         |
| Экзамен                                  | 2,35        | 2,35    |         |
| Форма промежуточной аттестации           | Экзамен     | Экзамен |         |

#### 4.2. Объем контактной работы (Очная форма)

| Виды учебных занятий | Всего часов | Семестр |  |
|----------------------|-------------|---------|--|
|                      |             | 5       |  |
| Лекции               | 16          | 16      |  |
| Практические занятия | 30          | 30      |  |
| Лабораторные занятия | -           | -       |  |
| Консультации         | -           | -       |  |
| Экзамен/экзамены     | 2,35-       | 2,35    |  |
| Курсовые работы      | -           | -       |  |
| Курсовые проекты     | -           | -       |  |
| Всего                | 48,35       | 48,35   |  |

#### 5. Содержание дисциплины (модуля), структурированное по темам (разделам), с указанием количества часов и видов занятий

##### 5.1 Тематический план учебной дисциплины

##### (Очная форма)

| №  | Название раздела, темы   | Всего час | Аудиторные занятия |     |           |    | Самостоятельная работа |       |
|----|--|-----------|--------------------|-----|-----------|----|------------------------|-------|
|    |  |           | 6 семестр          |     | 7 семестр |    |                        |       |
|    |  |           | Лекц               | Пр. | Лекц      | Пр | 6 сем                  | 7 сем |
| 1  | Интернет-журналистика: основные понятия. Журналистики в информационном обществе.     | 9         | 2                  | 2   |           |    | 5                      |       |
| 2  | Интернет-журналистика как предмет исследования                                       | 9         | 2                  | 2   |           |    | 5                      |       |
| 3  | Интернет-журналистика в медиaprостранстве  | 9         | 2                  | 2   |           |    | 5                      |       |
| 4  | Специфические проблемы веб-изданий   | 9         | 2                  | 2   |           |    | 5                      |       |
| 5  | Текст и гипертекст в Интернете   | 10        | 2                  | 3   |           |    | 5                      |       |
| 6  | Архитектура гипертекста  | 17        |                    | 4   |           |    | 13                     |       |
| 7  | Интернет-журналистика как технология поиска.   | 15        | 2                  | 3   |           |    | 10                     |       |
| 8  | Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации                  | 15        | 2                  | 3   |           |    | 10                     |       |
| 9  | Технология веб-журналистики  | 17,65     | 2                  | 3   |           |    | 12,65                  |       |
| 10 | Понятие интернет-маркетинга и принципы этичных маркетинговых коммуникаций в Интернет | 7         |                    | 2   |           |    | 5                      |       |
| 11 | Характеристика интернет-пользователей  | 6         |                    | 1   |           |    | 5                      |       |
| 12 | Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы   | 6         |                    | 1   |           |    | 5                      |       |
| 13 | Реклама в сети интернет  | 6         |                    | 1   |           |    | 5                      |       |
| 14 | Неэтичные методы продвижения.  | 6         |                    | 1   |           |    | 5                      |       |

|         |     |    |    |  |  |      |  |
|---------|-----|----|----|--|--|------|--|
| Экзамен |     |    |    |  |  | 2,35 |  |
| Итого   | 144 | 16 | 30 |  |  | 98   |  |

## 5.2. Содержание разделов дисциплины

### **Тема 1. Интернет-журналистика: основные понятия. Журналистики в информационном обществе**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Содержание понятия «Интернет-журналистика». Новые качества журналистики от Web. Информационное общество и его особенности. Постиндустриальное общество и журналистика. Коммуникативная реальность и СМИ. Технология Интернет и Интернет-журналистика. Виртуальный эйкос. Социальная среда и виртуальная реальность. Свойства системы массовых коммуникаций. Интернет как киберкультура.

### **Тема 2. Интернет-журналистика как предмет исследования**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Как начинался Интернет. Как работает Интернет. Механизм управления сетью. Интернет в России. Интернет-журналистика в глобальном измерении. Понятие массовой коммуникации. Основы методологии исследований по коммуникативистике. Коммуникация в явлении постмодернизма.

### **Тема 3. Интернет-журналистика в медиапространстве**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Проформы веб-изданий. Авторский проект. Веб-обзоры. Блоги. Пресса входит в сеть. Периодизация русского веб-медиа. Типология веб-изданий. Классификация веб-изданий. Веб-медиа в медиапространстве.

### **Тема 4. Специфические проблемы веб-изданий**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Веб-редакция и ее функции. Виды редактирования. Редакционные системы. Специфика менеджмента веб-проектов. Жанры традиционной журналистики. Правовые аспекты веб-издания.

### **Тема 5. Текст и гипертекст в Интернете**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Структура реальности в слове. Цифра и слово. HTML – язык разметки гипертекста. Интернет – глобальный диалог. Определение гипертекста. Гипертекстуальность журналистики. Классификация гипертекстов.

### **Тема 6. Архитектура гипертекста**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Текст – энциклопедия и текст – архив. Текст – сообщество. Как писать в Интернет? Своеобразие архитектуры текста. Узлы. Связи. Интерфейс пользователя. Пути и навигация. Контент гипертекста. Сайт как организм. Новые слова. Основы сетевого жаргона. Потребность в Интернете. Общение и мотивация. Восприятие просмотренного текста.

### **Тема 7. Интернет-журналистика как технология поиска**

#### **лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Типы информационных источников. Навигация по источникам. Инструменты линейного

поиска. Составление запросов. Инструменты нелинейного поиска и построение связей. Онлайнный и офлайнный режимы.

**Тема 8. Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации  
лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Поиск экспертов и коммуникация с ними. Общее планирование поиска. Некоторые карты поиска информации. Планирование широты запроса. Собственная публикация.

**Тема 9. Технология веб-журналистики  
лекционное занятие (2 часа(ов)):**

Оборудование рабочего места. Анализ задач и условий работы. Совместимость с имеющимся оборудованием и переносимость информации. Логический дизайн. Домашнее программное обеспечение. Офисное оборудование. Дизайн редакции. Информация от провайдера. Проектирование структуры сайта.

**Тема 10. Понятие интернет-маркетинга и принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернет.  
Лекционное занятие (4 часа)**

Понятие Интернет маркетинга. Цели, задачи и основные подходы Интернет маркетинга. Создание рекламной Кампании в сети Интернет. Специфика мероприятий Интернет маркетинга в России. Место и роль мероприятий Интернет маркетинга в рекламной деятельности российских и иностранных предприятий.

**Тема 11. Характеристика интернет-пользователей  
Лекционное занятие (2 часа)**

**Тема 12. Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы  
Лекционное занятие (4 часа)**

Средства Интернет коммуникации: Web сайт компании: контент и структура сайта, usability, SEO, SMO, контекстная реклама, баннерная реклама, вирусный маркетинг, почтовая Интернет рассылка, тематические форумы, Википедия. Понятие, сущность и основные отличия средств маркетинговых коммуникаций от традиционных. PR-кампания в Интернете. Принципы и новые способы формирования коммуникационной политики предприятия в сети Интернет. Мобильный интернет. Интерактивный Интернет маркетинг: приложения и игры, ролики.

**Тема 13. Реклама в сети интернет.  
Лекционное занятие (2 часа)**

Понятие, сущность и преимущества контекстной рекламы. История возникновения и развития контекстной рекламы. Рынок контекстной рекламы. Сервисы контекстной рекламы. Стратегии ведения контекстной рекламной кампании. Правила подбора слов, составления текстов объявлений, выбора целевых страниц, показа объявлений. Примеры правильных и неправильных объявлений. Расчет эффективности контекстной рекламной кампании.

**Тема 14. Неэтичные методы продвижения.  
Лекционное занятие (4 часа)**

Спам. Обман поисковых систем. Спамдексинг. Клоакинг. Дорвеи. Свопинг. Накрутка цитируемости. Накрутка счетчиков. Накрутка посещаемости. Всплывающие окна. Черный PR. Тайпсквогтинг.

## 6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

### 6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

*Для очной формы обучения*

| № п/п | Раздел (тема) дисциплины   | Задание   | Форма контроля                                      |
|-------|--|---|---|
| 1     | Интернет-журналистика: основные понятия. Журналистики в информационном обществе. | Подготовьте ответы на вопросы:<br>1. Время возникновения компьютеров и новые возможности, открываемые эрой ЭВМ.<br>2. Возникновение и развитие сети АРПAnет.<br>3. Возникновение сетей в Советском Союзе.<br>4. Последствия скорости распространения информации.<br>5. Следствие свободы доступа к информации | Устный опрос в форме беседы                         |
| 2     | Интернет-журналистика как предмет исследования                                   | Конспект соответствующей главы учебника   |   |
| 3     | Интернет-журналистика в медиапространстве  | Тема для обсуждения: Нежелательные последствия развития Интернет. Как их преодолеть?  | Устный опрос в форме беседы                         |
| 4     | Специфические проблемы веб-изданий   | Работа над созданием сайта:<br>Групповая работа: определение темы, назначения, структуры сайта. Написание материалов для различных разделов сайта. Оформление сайта (на основе шаблонов) и размещение (можно на бесплатном ресурсе).  | Выполнение практической работы по основным вопросам |
| 5     | Текст и гипертекст в Интернете   | Проанализируйте ссылки сайта. Мешают ли они восприятию информации страницы или помогают?<br>Напишите текст и расставьте гиперссылки (можно на вымышленные материалы, опишите, какими свойствами они должны обладать).   | Выполнение практической работы                      |
| 6     | Архитектура гипертекста  | Проанализируйте способ размещения информации. Какие виды форматирования используются? Как меняется восприятие информации в зависимости от размеров колонок? Отформатируйте текст вашей информации для сайта.  | Устный опрос в форме беседы                         |
| 7     | Интернет-журналистика как технология поиска.                                     | 1. Почтовые серверы.<br>2. Поисковые машины.<br>3. Игры в сети.<br>Тема для обсуждения: справедливо ли называют Интернет «Всемирной помойкой»?  | Подготовка и презентация докладов                   |
| 8     | Планирование поиска.   | Проанализируйте язык Интернет-сообщения. Какова средняя длина предложения? Чем отличается лексика в Интернет от   | Устный опрос в                                      |



|    |  |   |                                |
|----|--|---|--------------------------------|
|    | Собственная публикация как источник информации   | лексики газеты? Напишите и отредактируйте текст для Интернет-сайта.   | форме беседы                   |
| 9  | Технология веб-журналистики  | Тема для обсуждения: как изменит Интернет наше будущее?   | Устный опрос в форме беседы    |
| 10 | Понятие интернет-маркетинга и принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернет | <p>Задание: создайте небольшой видеоролик, рекламирующий ваш проект. В ролике следует презентовать ваш проект и отразить его основные преимущества, выгоды для потребителей. В ролике должны быть задействованы все участники команды. Структура ролика может быть следующей:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- слоган – краткий рекламный девиз, лозунг, призыв, заголовок, афоризм, обычно предваряющий рекламное обращение;</li> <li>-зачин – часть обращения, раскрывающая слоган и предваряющая информационный блок; в ролике именно в этой части обозначается проблема, на решение которой и направлен товар или услуга;</li> <li>-информационный блок – несет основную нагрузку в мотивации получателя и предоставления ему необходимой информации;</li> <li>- справочные сведения – включают, как правило, адрес рекламодателя, телефоны, электронный адрес или другие каналы связи с ним; часто в этом блоке приводятся важные, принципиальные условия совершения покупки, информация об акциях и розыгрышах и т.д.;</li> <li>- эхо-фраза – повторяет дословно или по смыслу слоган или основной мотив послания; особенно эффективно ее применение, если обращение достаточно велико по своему объему.</li> </ul> | Выполнение практической работы |
| 11 | Характеристика интернет-пользователей  | <p>Практическое занятие 7. «Характеристика интернет-пользователей»</p> <p>Практическая работа «Проведение анкетирования различных типов интернет - пользователей».</p> <p>Задание: создайте анкету в гугл-форме по выявлению предпочтений определенного типа интернет – пользователей, разместите ее в сети Интернет, проведите опрос и проанализируйте его результаты.</p>   | Выполнение практической работы |
| 12 | Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы     | <p>Задание: разработайте семантическое ядро для определенного сайта.</p> <p>Методические рекомендации: обучающимся сначала необходимо ознакомиться с литературой по формированию семантического ядра для определенного сайта. Затем на основе полученной информации необходимо на основе работы с <a href="https://wordstat.yandex.ru/">«https://wordstat.yandex.ru/»</a> сформировать семантическое ядро для определенного сайта и разместить его на выбранном сайте. Результаты работы формируются в виде отчета, который должен включать в себя следующие элементы: титульный лист, содержание, перечень слов подобранных <a href="https://wordstat.yandex.ru/">«https://wordstat.yandex.ru/»</a> слов и словосочетаний, перечень</p>  | Выполнение практической работы |

|    |                               |  |                                |
|----|-------------------------------|--|--------------------------------|
|    |                               | отобранных для формирования семантического ядра фото страницы сайта с размещенным семантическим ядром.<br>Требования к оформлению отчета: работа выполняется в печатном виде на листах формата А4, с использованием программного приложения MS Word или похожего по функционалу, шрифт- 12, интервал -1, кегль -Times New Roman, объем до 20 страниц. Работа сдается в печатном и электронном виде преподавателю.  |                                |
| 13 | Реклама в сети интернет       | Практическая работа «Создание и размещение баннерной рекламы»<br>Задание: создайте баннер, посвященный вашему сайту и разместите его на одной из интернет-площадок в интернете.<br>Методические рекомендации: обучающимся сначала необходимо ознакомиться с литературой по созданию и размещению баннерной рекламы в интернете. Затем на основе полученной информации необходимо создать баннер посвященный определенному сайту, сформировать график его размещения в интернете и разместить баннер на одной из информационных площадок интернета. Результаты работы формируются в виде отчета, который должен включать в себя следующие элементы: титульный лист, изображение баннера, график размещения баннера, описание интернет-площадки где будет размещен баннер. Требования к оформлению отчета: работа выполняется в печатном виде на листах формата А4, с использованием программного приложения MS Word или похожего по функционалу, шрифт- 12, интервал -1, кегль - Times New Roman, объем до 20 страниц. Работа сдается в печатном и электронном виде преподавателю | Выполнение практической работы |
| 14 | Неэтичные методы продвижения. | Практическая работа «Решение практических ситуаций по защите от неэтичных методов продвижения»<br>Задание: проанализируйте представленную практическую ситуацию и определите пути защиты от представленного в описании ситуации неэтичного метода продвижения. Ответ представьте в письменной форме в виде небольшого отчета<br>Примерная структура раздела: описание практической ситуации характеристика неэтичного метода продвижения.<br>Пути защиты от выявленного неэтичного метода продвижения.   | Выполнение практической работы |

### Методические рекомендации студентам, изучающим дисциплину

Дисциплина " Интернет и СМИ: язык новых медиа" предполагает использование как традиционных (лекции, практические занятия, с использованием методических материалов), так и инновационных образовательных технологий, включающих в учебный процесс активные и интерактивные формы проведения занятий. Освоение курса предусматривает выполнение ряда практических заданий с использованием профессиональных технических средств и мультимедийных программ.

#### 6.2. Тематика и задания для практических занятий

|  |   |
|--|---|
| № раздела дисциплины                     | Наименование лабораторно-практических работ |
| Интернет-журналистика: основные понятия. | Опрос по заданным вопросам                  |

|   |   |
|---|---|
| Журналистики в информационном обществе.                             |   |
| Интернет-журналистика как предмет исследования                      | 1 Познакомиться с основными поисковыми системами Google, Rumbler, Yahoo, Yandex.<br>2 Провести сканирование Интернет-пространства с целью поиска надежных источников информации, пригодных для использования в журналистском труде. Составить список информационных агентств, справочников, энциклопедий, словарей.                             |
| Интернет-журналистика в медиапространстве                           | Опрос по заданным вопросам  |
| Специфические проблемы веб-изданий                                  | Групповая работа: определение темы, назначения, структуры сайта. Написание материалов для различных разделов сайта. Оформление сайта (на основе шаблонов) и размещение (можно на бесплатном ресурсе).   |
| Текст и гипертекст в Интернете                                      | Проанализируйте ссылки сайта. Мешают ли они восприятию информации страницы или помогают?<br>Напишите текст и расставьте гиперссылки (можно на вымышленные материалы, опишите, какими свойствами они должны обладать).   |
| Архитектура гипертекста   | Проанализируйте способ размещения информации. Какие виды форматирования используются? Как меняется восприятие информации в зависимости от размеров колонок? Отформатируйте текст вашей информации для сайта   |
| Интернет-журналистика как технология поиска.                        | 1 Ознакомиться с различными бесплатными почтовыми серверами.<br>2 Зарегистрировать почтовый ящик в российской почтовой службе.<br>3 Зарегистрировать почтовый ящик в международной почтовой службе.<br>4 Рассмотреть различные Интернет-пейджеры.<br>5 Ознакомиться с основными принципами работы почтовых программ Microsoft Outlook, The Bat. |
| Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации | Проанализируйте язык Интернет-сообщения. Какова средняя длина предложения? Чем отличается лексика в Интернет от лексики газеты?<br>Напишите и отредактируйте текст для Интернет-сайта.  |
| Технология веб-журналистики   | Найдите какую-либо социальную сеть. Проанализируйте ее состав, предлагаемую информацию. В каких пиар-проектах можно было бы использовать сообщество?  |

#### 6.4. Методические рекомендации для выполнения курсовых работ (при наличии)

Не предусмотрены

#### 7. Перечень основной и дополнительной литературы, необходимой для освоения дисциплины (модуля)

| <b>Основная литература</b> |   |
|----------------------------|---|
| 1                          | Коханова, Л.А. Интернет-журналистика : учебник / Л.А. Коханова, А.А. Калмыков. - Москва : Юнити-Дана, 2015. - 383 с. : схем., ил. - (Медиаобразование). - Библиогр.: с. 335-339. - ISBN |

|                           |  |
|---------------------------|--|
|                           | 5-238-00771-X ; То же [Электронный ресурс]. -<br>URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436712</a>  |
| 2                         | Интернет-журналистика / Калмыков А.А., Коханова Л.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с.: ISBN 5-238-00771-X <a href="http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376740">http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376740</a>   |
| 3                         | Интернет-технологии : учеб. пособие / С.Р. Гуриков. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 184 с. — (Высшее образование: Бакалавриат). <a href="http://znanium.com/catalog/product/908584">http://znanium.com/catalog/product/908584</a>  |
| 4                         | Пархимович, М.Н. Основы интернет-технологий : учебное пособие / М.Н. Пархимович, А.А. Липницкий, В.А. Некрасова ; Министерство образования и науки Российской Федерации, Федеральное государственное автономное образовательное учреждение высшего профессионального образования Северный (Арктический) федеральный университет им. М.В. Ломоносова. - Архангельск : ИПЦ САФУ, 2013. - 366 с. : табл., ил. - Библиогр.: с. 351-352. - ISBN 978-5-261-00827-9 ; То же [Электронный ресурс]. -<br>URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436379">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=436379</a> |
| 5                         | Калмыков, А. А. Интернет-журналистика» : [учеб. пособие для студ. вузов, обучающихся по спец. 021400 "Журналистика"] : рекомендовано УМО / А. А. Калмыков, Л. А. Коханова. - М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. - 383 с. - (Серия "Медиаобразование"). - Библиогр.: с. 335-339. - ISBN 5-238-00771-X   |
| 6                         | «Техника и технология СМИ: печать, радио, телевидение, Интернет» : учебник / В. В. Тулупов [и др.] ; [под ред. В. В. Тулупова]. - СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2008. - 320 с. - (Библиотека профессионального журналиста). - Библиогр. в конце глав. - ISBN 5-8016-0275-5  |
| Дополнительная литература |  |
| 7                         | Сурнаев, И.В. Сетевые информационные агентства в структуре СМИ / И.В. Сурнаев. - Москва : Лаборатория книги, 2011. - 109 с. - ISBN 978-5-504-00626-0 ; То же [Электронный ресурс]. -<br>URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142237">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=142237</a>   |
| 8                         | Черных, А. Мир современных медиа / А. Черных. - Москва : Издательский дом «Территория будущего», 2007. - 309 с. - (Университетская библиотека Александра Погорельского). - ISBN 5-91129-037-5 ; То же [Электронный ресурс]. -<br>URL: <a href="http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=84955">http://biblioclub.ru/index.php?page=book&amp;id=84955</a>  |
| 9                         | Интернет-СМИ : теория и практика : [учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений] / А. О. Алексеева [и др.] ; под ред. М. М. Лукиной. - М. : Аспект Пресс, 2010. - 346, [3] с. : ил. - Библиогр.: с. 346-347. - ISBN 978-5-7567-0542-3 :  |

## **8. Перечень ресурсов информационно-телекоммуникационной сети «Интернет», необходимых для освоения дисциплины**

*Информационно-образовательные ресурсы:*

<http://bookchamber.ru>  
<http://www.1tv.ru>  
<http://www.apostrof.ru>  
<http://www.aqualon.ru>  
<http://www.britannica.com>  
<http://www.compuart.ru>  
<http://evartist.narod.ru/journ.htm>  
<http://elibrary.ru>  
<http://www.encyclopedia.ru>  
<http://www.expert.ru>  
<http://journ.msu.ru>  
<http://journalist-virt.ru>  
<http://www.internews.ru>

Электронные библиотечные системы:

1. ЭБС «Лань»
2. ЭБС «Университетская библиотека online»
3. ЭБС «Znanium»

### 9. Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса по дисциплине

При изучении дисциплины рекомендуется обратиться к веб-ресурсам.

- компьютерное и мультимедийное оборудование для демонстрации компьютерных презентаций в процессе чтения лекций и проведения практических и семинарских занятий;
- пакет тестовых и иных заданий для самостоятельной работы студентов;
- видео - аудиовизуальные средства обучения для использования в процессе практических и семинарских занятий
- электронная библиотека курса.

| <b>Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b>                                    | <b>Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы</b> | <b>Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа</b>  |
|---|--|--|
| Учебный корпус «В», ауд. №48 (занятия лекционного, семинарского типа, текущего контроля и промежуточной аттестации) | 24 рабочих места; компьютер – 9 шт   | Libre Office GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом |