

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

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
ИНТЕРНЕТ И СМИ: ЯЗЫК НОВЫХ МЕДИА

Направление подготовки: 42.03.05 Медиакоммуникации

Направленность: Медиакоммуникации и социальные технологии

Квалификация выпускника: бакалавр

Кострома
2024

Рабочая программа дисциплины Интернет и СМИ: язык новых медиа разработана в соответствии с федеральным государственным образовательным стандартом высшего образования – бакалавриат по направлению подготовки 42.03.05 Медиакоммуникации, утвержденным приказом Минобрнауки России от 08.06.2017 № 527.

Разработали: Елманов В.С. ст.преп. кафедры медиакоммуникаций и туризма;

Лысенко Д.С. зам. начальника управления информатизации КГУ

Рецензент: Сарафанов И.Д., главный редактор Интернет-портала ООО ИПО «Логос», генеральный директор АО «Взгляд» (44ТВ), член правления регионального отделения Союза журналистов Костромской области

ПРОГРАММА УТВЕРЖДЕНА:

Заведующий кафедрой медиакоммуникаций и туризма:

Белякова Е.Н., к.филол.н., доцент

Протокол заседания кафедры № 2 от 17.10.2024 г.

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. Формирование у студентов базовых знаний о специфике работы в конвергентных медиа.

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.
- Научить самостоятельно создавать материалы и размещать их в сети Интернет.
- 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- и мобильных медиа;
- специфику работы в условиях мультимедийной среды и конвергенции;
- методы и технологию подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, аудио-, видео-, фото-, графика и т.п.); современные тенденции дизайна и инфографики в медиа;

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 соответствии со стандартами, технологическими требованиями, принятыми в медиа разных типов.

Владеть:

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

Освоить компетенции:

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 медиапроектов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ.

ОПК-1.2. Осуществляет подготовку медиапроектов и (или) медиапродуктов 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. Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение.

ОПК-6.2. Эксплуатирует современные стационарные и мобильные цифровые устройства на всех этапах создания медиапроекта и (или) медиапродукта.

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», «Радио в системе СМИ», «ТВ в системе 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: «Основы блогинга», «Основы подкастинга», «Основы медиакоммуникаций», «Основы медиаправа», 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	59,65+36(контроль)	59,65+36(контроль)	
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	
			5 семестр		6 сем	7 сем
			Лекц	Пр.		
1	Интернет-СМИ: основные понятия. Медиа в информационном обществе.	9	2	2	5	
2	Интернет-СМИ как предмет исследования	9	2	2	5	
3	Интернет-СМИ 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-СМИ 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 этических 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-СМИ: основные понятия. Медиа в информационном обществе
 Содержание понятия «Интернет-СМИ». Новые качества медиа от Web. Информационное общество и его особенности. Постиндустриальное общество и медиа. Коммуникативная

реальность и СМИ. Технология Интернет и Интернет-СМИ. Виртуальный эйкос. Социальная среда и виртуальная реальность. Свойства системы массовых коммуникаций. Интернет как киберкультура.

Тема 2. Интернет-СМИ как предмет исследования

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

Тема 3. Интернет-СМИ в медиaprостранстве

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 медиaprостранстве.

Тема 4. Специфические проблемы веб-изданий

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

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

Тема 6. Архитектура гипертекста

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-СМИ как технология поиска

Типы информационных источников. Навигация по источникам. Инструменты линейного поиска. Составление запросов. Инструменты нелинейного поиска и построение связей. Онлайн-режим и офлайн-режимы.

Тема 8. Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации

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

Тема 9. Технология веб-медиа

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.

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

Тема 12. Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы

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.

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.

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

6. Методические материалы для обучающихся по освоению дисциплины

6.1. Самостоятельная работа обучающихся по дисциплине (модулю)

№ п/п	Раздел (тема) дисциплины	Задание	Форма контроля
1	Интернет-СМИ: основные понятия. Медиа в информационном обществе.	Подготовьте ответы на вопросы: 1. Время возникновения компьютеров и новые возможности, открываемые эрой ЭВМ. 2. Возникновение и развитие сети АРПAnет. 3. Возникновение сетей в Советском Союзе. 4. Последствия скорости распространения информации. 5. Следствие свободы доступа к информации	Устный опрос в форме беседы
2	Интернет-СМИ как предмет исследования	Конспект соответствующей главы учебника	
3	Интернет-СМИ в медиaprостранстве	Тема для обсуждения: Нежелательные последствия развития Интернет. Как их преодолеть?	Устный опрос в форме

			беседы
4	Специфические проблемы веб-изданий	Работа над созданием сайта: 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? 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. 2. Поисковые машины. 3. Игры в сети. Тема для обсуждения: справедливо ли называют Интернет «Всемирной помойкой»?	Подготовка и презентация докладов
8	Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации	Проанализируйте язык Интернет-сообщения. Какова средняя длина предложения? Чем отличается лексика в Интернет от лексики газеты? Напишите и отредактируйте текст для Интернет-сайта.	Устный опрос в 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	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: - слоган – краткий рекламный девиз, лозунг, призыв, заголовок, афоризм, обычно предваряющий рекламное обращение; - 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; - информационный блок – несет основную нагрузку в мотивации получателя и предоставления ему необходимой информации; - справочные сведения – включают, как правило, адрес рекламодателя, телефоны, электронный	Выполнение практической работы

		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.; - эхо-фраза – повторяет дословно или по смыслу слоган или основной мотив послания; особенно эффективно ее применение, если обращение достаточно велико по своему объему.	
11	Характеристика интернет-пользователей	Практическое занятие 7. «Характеристика интернет-пользователей Практическая работа «Проведение анкетирования различных типов интернет - пользователей». Задание: создайте анкету в гугл-форме по выявлению предпочтений определенного типа интернет – пользователей, разместите ее в сети Интернет, проведите опрос и проанализируйте его результаты.	Выполнение практической работы
12	Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы	Задание: разработайте семантическое ядро для определенного сайта. 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 « https://wordstat.yandex.ru/ » 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 « https://wordstat.yandex.ru/ » слов и словосочетаний, перечень отобранных для формирования семантического ядра фото страницы сайта с размещенным семантическим ядром. 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
13	Реклама в сети интернет	Практическая работа «Создание и размещение баннерной рекламы» Задание: создайте баннер, посвященный вашему сайту и разместите его на одной из интернет-площадок в интернете. 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, ,	Выполнение практической работы

		сформировать график его размещения в интернете и разместить баннер на одной из информационных площадок интернете. 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 использование 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	
14	Неэтичные методы продвижения.	Практическая работа «Решение практических ситуаций по защите от неэтичных методов продвижения» 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 Примерная структура раздела: описание практической ситуации характеристика неэтичного метода продвижения. 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-СМИ: основные понятия. Медиа в информационном обществе.	Опрос по заданным вопросам
Интернет-СМИ как предмет исследования	1 Познакомиться с основными поисковыми системами Google, Rumbler, Yahoo, Yandex. 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-СМИ 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? 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. 2 Зарегистрировать почтовый ящик в российской почтовой службе. 3 Зарегистрировать почтовый ящик в международной почтовой службе. 4 Рассмотреть различные Интернет-пейджеров. 5 Ознакомиться с основными принципами работы почтовых программ MicrosoftOutlook, TheBat.
Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации	Проанализируйте язык Интернет-сообщения. Какова средняя длина предложения? Чем отличается лексика в Интернет от лексики газеты? 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)

Основная литература	
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]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436712
2	Интернет-журналистика / Калмыков А.А., Коханова Л.А. - М.:ЮНИТИ-ДАНА, 2015. - 383 с.:

	ISBN 5-238-00771-X http://znanium.com/catalog.php?bookinfo=376740
3	Интернет-технологии : учеб.пособие / С.Р. Гуриков. — М. : ФОРУМ : ИНФРА-М, 2017. — 184 с. — (Высшее образование:Бакалавриат). http://znanium.com/catalog/product/908584
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]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=436379
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]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=142237
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]. - URL: http://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=84955
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.

Наименование специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы	Перечень лицензионного программного обеспечения. Реквизиты подтверждающего документа
Учебная аудитория № 45 (компьютерный класс),	количество посадочных мест – 20. Оборудование: меловая доска, мультимедиапроектор Ezpro 550, экран для проектора. Число мест, оборудованных компьютерами с выходом в интернет – 10 шт.	LibreOffice GNU LGPL v3+, свободно распространяемый офисный пакет с открытым исходным кодом