

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	-	-	
<b>Всего</b>	<b>48,35</b>	<b>48,35</b>	

#### 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.		
<b>1</b>	Интернет-СМИ: основные понятия. Медиа в информационном обществе.	9	2	2	5	
<b>2</b>	Интернет-СМИ как предмет исследования	9	2	2	5	
<b>3</b>	Интернет-СМИ в медиaprостранстве	9	2	2	5	
<b>4</b>	Специфические проблемы веб-изданий	9	2	2	5	
<b>5</b>	Текст и гипертекст в Интернете	10	2	3	5	
<b>6</b>	Архитектура гипертекста	17		4	13	
<b>7</b>	Интернет-СМИ как технология поиска.	15	2	3	10	
<b>8</b>	Планирование поиска. Собственная публикация как источник информации	15	2	3	10	
<b>9</b>	Технология веб-журналистики	17,65	2	3	12,65	
<b>10</b>	Понятие интернет-маркетинга и принципы этических маркетинговых коммуникаций в Интернет	7		2	5	
<b>11</b>	Характеристика интернет-пользователей	6		1	5	
<b>12</b>	Понятие поискового маркетинга. Таргетинг. Маркетинговая ценность поисковой системы	6		1	5	
<b>13</b>	Реклама в сети интернет	6		1	5	
<b>14</b>	Неэтичные методы продвижения.	6		1	5	
	<b>Экзамен</b>				2,35	
	<b>Итого</b>	<b>144</b>	<b>16</b>	<b>30</b>	<b>98</b>	

##### 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 « <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 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 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	
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)

<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]. - 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]. - 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]. - 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]. - 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>
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