

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Вятский государственный университет»

Институт непрерывного образования российских и иностранных граждан

УТВЕРЖДАЮ

Заместитель директора ИНО



/ О.С. Малышева

«30» ноября 2020

№ 04-04-2020-0382-0640

**Рабочая программа
учебной дисциплины**

«Актуальные тренды развития журналистики,
рекламы и связей с общественностью»

дополнительной профессиональной программы –
программы профессиональной переподготовки
«Цифровые технологии в журналистике,
рекламе и связях с общественностью»

Киров, 2020

Рабочая программа разработана:
Тимшин В.А., канд.филос.н.
Игошина Ю.В., канд.филос.н

© Вятский государственный университет, 2020

© Тимшин В.А., 2020

© Игошина Ю.В., 2020

1. Рабочая учебная программа

1.1 Пояснительная записка

Актуальность и значение учебной дисциплины «Актуальные тренды развития журналистики, рекламы и связей с общественностью» определяются тем, что в современном динамично меняющемся мире происходят значительные изменения и в сфере массовых коммуникаций. Современному специалисту, желающему успешно работать в данном направлении, необходимо не только знать специфику профессиональной деятельности журналиста, рекламиста и специалиста по связям с общественностью, но и прогнозировать тенденции развития медиасферы.

Цели и задачи учебной дисциплины

Цель учебной дисциплины	Проанализировать актуальные тренды развития журналистики, рекламы и связей с общественностью.
Задачи учебной дисциплины	<ul style="list-style-type: none">• Дать представление о современных тенденциях развития журналистики, рекламы и связей с общественностью.• Представить обзор актуальных цифровых технологий в сфере массовых коммуникаций.• Развить навыки самостоятельной работы коммуникаторов в онлайн-пространстве.

Компетенции слушателя, формируемые в результате освоения учебной дисциплины / модуля

В результате освоения учебной дисциплины (модуля) обучающийся должен демонстрировать следующие результаты обучения:

Виды деятельности	Профессиональные компетенции	Практический опыт	Умения	Знания
ВД 2 Организация продвижения и распространения продукции средств массовой информации (СМИ), включая печатные издания, телевизионные и радиопрограммы, сетевые издания	К-4. Способность принимать профессиональные решения, анализировать актуальные тенденции развития рекламы, связей с общественностью, журналистики, медиакоммуникационных систем региона, страны и мира, исходя из политических и экономических механизмов их функционирования, правовых и этических норм регулирования	Анализ тенденций развития сферы коммуникаций	Навыками принятия профессиональных решений на основе знаний тенденций развития сферы коммуникаций	Основы теории и практики массовой информации, правовых и этических основ сферы коммуникаций
ВД 3 Педагогическая деятельность в	К-5. Способность осуществлять консультирование по вопросам планирования и	Проведение консультаций и учебных заня-	Навыки консультирования по вопросам	Технологии консультационной, професси-

профессиональном обучении, профессиональном образовании, дополнительном профессиональном образовании	организации коммуникационных кампаний и мероприятий, осуществлять образовательную деятельность в профессиональной сфере	тий в сфере журналистики, рекламы и связей с общественностью	планирования и организации коммуникационных кампаний и мероприятий, осуществления образовательную деятельность в профессиональной сфере	ональной и образовательной деятельности в сфере коммуникаций
--	---	--	---	--

1.2 Содержание учебной дисциплины

Объем учебной дисциплины и виды учебной работы

Форма обучения	Общий объем (трудоемкость) Часов	в том числе аудиторная контактная работа обучающихся с преподавателем, час					Самостоятельная работа, час	Форма промежуточной аттестации
		Всего	Лекции	Практические (семинарские) занятия	Лабораторные занятия	Консультации		
очно-заочная с применением ДОТ	62	12	4	4	-	4	50	зачет

Тематический план

№ п/п	Основные разделы учебной дисциплины	Часы		Самостоятельная работа
		Лекции	Практические (семинарские занятия)	
1.	Раздел 1. Актуальные тренды развития рекламы и связей с общественностью	2	2	26
1.1	Тема 1. Современные технологии интегрированных коммуникаций	1	1	13
1.2	Тема 2. Тенденции развития интернета и цифрового маркетинга	1	1	13
2.	Раздел 2. Актуальные тренды развития журналистики и медиасферы	2	2	24
2.1	Тема 1. Мультимедийная журналистика как вектор развития медиасферы	1	1	12
2.2	Тема 2. Востребованные компетенции цифрового специалиста по медиакоммуникациям	1	1	12
	Итого:	4	4	50

Матрица соотнесения разделов / тем учебной дисциплины / модуля и формируемых в них компетенций

№ п/п	Разделы / темы учебной дисциплины	Количество часов	К-4	К-5
1	Раздел 1. Актуальные тренды развития рекламы и связей с общественностью	32	+	+
2	Раздел 2. Актуальные тренды развития журналистики и медиасферы	28	+	+
	Итого	62		

Краткое содержание учебной дисциплины:

Раздел 1. Актуальные тренды развития рекламы и связей с общественностью

Тема 1. Современные технологии интегрированных коммуникаций: Причины появления, цель, основные задачи, принципы интегрированных коммуникаций. Интернет как привилегированная среда реализации интегрированных коммуникаций. Технологии интегрированных коммуникаций: продакт плейсмент, эмбиент медиа, медийная реклама, контекстная реклама, нативная реклама, реклама в онлайн-играх; сторителлинг, лайф-плесмент, краудсорсинг, блогинг, инфлюенс маркетинг; провокационный маркетинг, эпатажный маркетинг, агрессивный маркетинг, вирусный маркетинг, аромамаркетинг, маркетинг развлечений; трейд-маркетинг, кросс-маркетинг, e-mail-маркетинг, мобильный маркетинг; перформанс, флешмоб, эвент-маркетинг, инстамит.

Тема 2. Тенденции развития интернета и цифрового маркетинга. Изменение способа потребления информации. Конвергентность и сближение технологических платформ. Интерактивность как возможность вмешиваться в процесс коммуникации. Грубое вторжение. Возможность полного прослеживания пути клиента (электронный след). Omni-channel. Геймификация как технология применения игровых принципов вне игровых процессов. Интернет вещей. Новые целевые аудитории (новостные агрегаторы, боты, SERM, интернет вещей и др.). Парсеры.

Раздел 2. Актуальные тренды развития журналистики и медиасферы

Тема 1. Мультимедийная журналистика как вектор развития медиасферы: особенности языка интернет-средств массовой коммуникации. Форматы и жанры онлайн-журналистики. Текстовые и визуальные инструменты медийных коммуникаций, медиадизайн и инфографика. Дата-журналистика. Блогинг и влогинг. Концепция «сам себе медиа».

Тема 2. Востребованные компетенции цифрового специалиста по медиакоммуникациям: кризисные коммуникации; встраивание в актуальную повестку дня; SMM; поиск информации и аналитика; выбор эффективных для целевой аудитории инструментов и каналов; создание понятного и вовлекающего контента; совместная удаленная работа; работа с блогерами/лидерами мнений; копирайтинг; создание и проведение специальных проектов со СМИ; SEO.

Эмпатия и развитый эмоциональный интеллект как ключевые компетенции современного специалиста в сфере цифровых коммуникаций.

2. Учебно-методическое обеспечение дисциплины

2.1. Методические рекомендации для преподавателя

Организация учебного процесса предусматривает применение инновационных форм учебных занятий, развивающих у обучающихся навыки межличностной коммуникации, принятия решений, лидерские качества (включая проведение интерактивных лекций, групповых дискуссий, анализ ситуации, в том числе с учетом региональных особенностей профессиональной деятельности выпускников и потребностей работодателей).

2.2. Методические указания для слушателей

Успешное освоение учебной дисциплины предполагает активное, творческое участие обучающегося на всех этапах ее освоения путем планомерной, повседневной работы. Обучающийся обязан посещать лекции и семинарские (практические) занятия, получать консультации преподавателя и выполнять самостоятельную работу.

Выбор методов и средств обучения, образовательных технологий осуществляется преподавателем исходя из необходимости достижения обучающимися планируемых результатов освоения дисциплины, а также с учетом индивидуальных возможностей обучающихся из числа инвалидов и лиц с ограниченными возможностями здоровья.

Изучение дисциплины следует начинать с проработки настоящей рабочей программы, методических указаний и разработок, указанных в программе, особое внимание уделить целям, задачам, структуре и содержанию дисциплины.

Главной задачей каждой лекции является раскрытие сущности темы и анализ ее основных положений. Содержание лекций определяется настоящей рабочей программой дисциплины.

Лекции – это систематическое изложение учебного материала. На них обучающийся получает основной объем информации по каждой конкретной теме. Лекции обычно носят проблемный характер и нацелены на освещение наиболее трудных и дискуссионных вопросов, кроме того они способствуют формированию у обучающихся навыков самостоятельной работы с научной литературой.

Предполагается, что обучающиеся посещают лекции, предварительно проработав соответствующий учебный материал по источникам, рекомендуемым программой. Часто обучающимся трудно разобраться с дискуссионными вопросами, дать однозначный ответ. Преподаватель, сравнивая различные точки зрения, излагает свой взгляд и нацеливает их на дальнейшие исследования и поиск научных решений. После лекции желательно вечером закрепить полученную информацию, тогда эффективность ее усвоения значительно возрастает. При работе необходимо отметить материал, который вызывает

затруднения для понимания, попытаться найти ответы на затруднительные вопросы, используя предлагаемую литературу. Если самостоятельно не удалось разобраться в материале, сформулируйте вопросы и обратитесь за помощью к преподавателю.

Целью практических и лабораторных занятий является проверка уровня понимания обучающимися вопросов, рассмотренных на лекциях и в учебной литературе, степени и качества усвоения материала; применение теоретических знаний в реальной практике решения задач; восполнение пробелов в пройденной теоретической части курса и оказания помощи в его освоении.

Практические (лабораторные) занятия в равной мере направлены на совершенствование индивидуальных навыков решения теоретических и прикладных задач, выработку навыков интеллектуальной работы, а также ведения дискуссий. Конкретные пропорции разных видов работы в группе, а также способы их оценки определяются преподавателем, ведущим занятия.

На практических (лабораторных) занятиях под руководством преподавателя обучающиеся обсуждают дискуссионные вопросы, отвечают на вопросы тестов, закрепляя приобретенные знания, выполняют практические (лабораторные) задания и т.п. Для успешного проведения практического (лабораторного) занятия обучающемуся следует тщательно подготовиться.

Основной формой подготовки обучающихся к практическим (лабораторным) занятиям является самостоятельная работа с учебно-методическими материалами, научной литературой, статистическими данными и т.п.

Изучив конкретную тему, обучающийся может определить, насколько хорошо он в ней разобрался. Если какие-то моменты остались непонятными, целесообразно составить список вопросов и на занятии задать их преподавателю. Практические (лабораторные) занятия предоставляют студенту возможность творчески раскрыться, проявить инициативу и развить навыки публичного ведения дискуссий и общения, сформировать определенные навыки и умения и т.п.

Самостоятельная работа слушателей включает в себя выполнение различного рода заданий (изучение учебной и научной литературы, материалов лекций, систематизацию прочитанного материала, подготовку контрольной работы, решение задач и т.п.), которые ориентированы на более глубокое усвоение материала изучаемой дисциплины. По каждой теме учебной дисциплины преподаватель предлагает обучающимся перечень заданий для самостоятельной работы. Самостоятельная работа по учебной дисциплине может осуществляться в различных формах (например: подготовка докладов; написание рефератов; публикация тезисов; научных статей; подготовка и защита проекта; другие).

К выполнению заданий для самостоятельной работы предъявляются следующие требования: задания должны исполняться самостоятельно либо группой и представляться в установленный срок, а также соответствовать установленным требованиям по оформлению.

Регулярно рекомендуется отводить время для повторения пройденного материала, проверяя свои знания, умения и навыки по контрольным вопросам.

Результатом самостоятельной работы должно стать формирование у обучающегося определенных знаний, умений, навыков, компетенций.

При проведении промежуточной аттестации обучающегося учитываются результаты текущей аттестации в течение периода обучения.

Процедура оценивания результатов освоения учебной дисциплины (модуля) осуществляется на основе действующего Положения об организации текущего контроля успеваемости и промежуточной аттестации обучающихся ВятГУ.

Для приобретения требуемых компетенций, хороших знаний и высокой оценки по дисциплине обучающимся необходимо выполнять все виды работ своевременно в течение всего периода обучения.

3. Учебно-методическое обеспечение учебной дисциплины

Литература:

1. Бернет Дж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход / Перевод с англ. под ред. С. Г. Божук. — СПб: Питер, 2001. — 864 с.
2. Капустина Л. М., Предеин А. М. Маркетинговые коммуникации в сети Интернет. / Л. М. Капустина, А.М. Предеин; Федер. агентство по образованию, Урал. гос. экон. ун-т. — Екатеринбург: Изд-во УрГЭУ, 2009. — 136 с. URL: <http://docplayer.ru/33614140-Marketingovye-kommunikacii-v-seti-internet.html>
3. Яковлев А. А. Контекстная реклама. Основы, секреты, трюки / Алексей Яковлев, Александр Чупрун. - Санкт-Петербург: БХВ-Петербург, 2010.
4. Сухотерин Л. Я., Тимшин В. А., Юдинцев И. В. Организация работы отдела по связям с общественностью. — Киров: ООО «Кировская областная типография», 2011.
5. Чумиков А. Н., Бочаров М. П. Актуальные связи с общественностью: сфера, генезис, технологии, области применения, структуры. — М.: Высшее образование, Юрайт-Издат, 2009.
6. Есикова И. В. Подготовка и успешное проведение рекламных кампаний. — М.: Дашков и К°, 2012.
7. <http://www.sovetnik.ru/> Журнал «Советник»
8. <https://jrnlst.ru/> Журнал «Журналист»
9. www.hbr-russia.ru

Описание материально-технической базы, необходимой для осуществления образовательного процесса

Перечень специализированных аудиторий (лабораторий)

Вид занятий	Назначение аудитории
Практика, лекция, семинар	Учебная аудитория, оснащенная мультимедийным оборудованием
Самостоятельная работа	Читальные залы библиотеки

Перечень специализированного оборудования

Перечень используемого оборудования
<i>МУЛЬТИМЕДИА-ПРОЕКТОР С ЭКРАНОМ НАСТЕННЫМ</i>
<i>НОУТБУК (ПЕРСОНАЛЬНЫЙ КОМПЬЮТЕР)</i>

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине

Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса по учебной дисциплине

№ п.п.	Наименование ПО	Краткая характеристика назначения ПО	Производитель ПО и/или поставщик ПО
1	Программная система с модулями для обнаружения текстовых заимствований в учебных и научных работах «Антиплагиат.ВУЗ»	Программный комплекс для проверки текстов на предмет заимствования из Интернет-источников, в коллекции диссертация и авторефератов Российской государственной библиотеки (РГБ) и коллекции нормативно-правовой документации LEXPRO	ЗАО "Анти-Плагиат"
2	Microsoft Office 365 Student Advantage	Набор веб-сервисов, предоставляющий доступ к различным программам и услугам на основе платформы Microsoft Office, электронной почте бизнес-класса, функционалу для общения и управления документами	ООО "Рубикон"
3	Office Professional Plus 2013 Russian OLP NL Academic.	Пакет приложений для работы с различными типами документов: текстами, электронными таблицами, базами данных, презентациями	ООО "СофтЛайн" (Москва)
4	Windows 7 Professional and Professional K	Операционная система	ООО "Рубикон"
5	Kaspersky Endpoint Security для бизнеса	Антивирусное программное обеспечение	ООО «Рубикон»
6	Информационная система КонсультантПлюс	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «КонсультантКиров»
7	Электронный периодический справочник «Система ГАРАНТ»	Справочно-правовая система по законодательству Российской Федерации	ООО «Гарант-Сервис»
8	Security Essentials (Защитник Windows)	Защита в режиме реального времени от шпионского программного обеспечения, вирусов.	Microsoft

4. Материалы, устанавливающие содержание и порядок проведения промежуточных аттестаций

Промежуточная аттестация проводится в форме зачета (тестовых заданий). К сдаче зачета допускаются все слушатели, проходящие обучение на данной ДПП, вне зависимости от результатов текущего контроля успеваемости и

посещаемости занятий, при этом, результаты текущего контроля успеваемости могут быть использованы преподавателем при оценке уровня усвоения обучающимися знаний, приобретения умений, навыков и сформированности компетенций в результате изучения учебной дисциплины.

Зачет принимается преподавателями, проводившими лекции по данной учебной дисциплине.

Методические рекомендации по подготовке и проведению промежуточной аттестации.

Промежуточная аттестация проводится в целях повышения эффективности обучения, определения уровня профессиональной подготовки обучающихся и контролем за обеспечением выполнения стандартов обучения.

Перечень примерных тестовых вопросов к зачету

1. В 2020 году впервые в мире премию по журналистике получил...
А. Ребенок
Б. Редактор корпоративного СМИ
В. Искусственный интеллект
Г. Блогер
2. Дата-журналистика предполагает...
А. Работу с большими данными, предоставленными журналисту IT-специалистами
Б. Работу с большими данными, которые журналист ищет и обрабатывает самостоятельно
В. Работу с онлайн-источниками информационных поводов
Г. Работу в чатах, чат-ботах, видеоконференциях
3. Концепция «сам себе медиа» подразумевает...
А. обязательную регистрацию автора как СМИ
Б. отказ от привлечения других медиаспециалистов (видеографов, фотографов, райтеров)
В. возможность развития авторского СМИ с индивидуальной работой по созданию контента и привлечению аудитории
Г. альтернативные медиа, созданные журналистами, уволенными из редакций СМИ
4. Первый медиажанр, авторами которого стали роботы – это...
А. Спортивные новости
Б. Аудиорепортажи
В. Котировки валют с инфографикой
Г. Криминальная хроника
5. Лонгрид – это медиажанр ...

- А. Удобный для формата для социальных сетей
 - Б. Который может содержать элементы видео, инфографики, публицистики, блога**
 - В. Ограниченный возможностями онлайн-трансляций
 - Г. Подразумевающий очень большой объем контента в одной публикации
6. Изображение «Черного квадрата» Малевича и лаконичная подпись: «Так выглядит солнце, небо, цветы для слепых. Проверьте зрение!». Примером какого маркетинга можно считать данную рекламу
- А. провокационного**
 - Б. агрессивного
 - В. эпатажного
 - Г. все выше перечисленное
7. Какой вид таргетированной рекламы представлен в следующем примере: компания продает одежду для детей от 0 до 12 лет, соответственно, целевой аудиторией являются женщины в возрасте от 20 до 35 лет. При настройке рекламного объявления в GoogleAdWords следует указать женский пол и соответствующий возраст.
- А. временной
 - Б. поведенческий
 - В. социально-демографический**
 - Г. тематический
8. Что нельзя сделать при помощи аромаркетинга
- А. улучшить имидж своего заведения
 - Б. замаскировать неприятные запахи
 - В. вызвать подозрения у санитарной инспекции**
 - Г. поднять настроение персоналу
9. Что такое интегрированная в игру реклама?
- А. бренд или логотип компании гармонично вписывается в игровой процесс, например, как фон**
 - Б. продукция компании рекламируется всплывающим окном-видеороликом во время игры
 - В. бренд или логотип демонстрируется в виде заставки перед игрой или после её завершения
 - Г. все перечисленное выше
10. К новым целевым аудиториям в цифровую эпоху можно отнести
- А. людей поколения Z
 - Б. активных пользователей социальных сетей
 - В. боты
 - Г. все перечисленное выше**