



РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ
Б1.В.01.21 Теория и практика конвергентной журналистики

Направление подготовки: 42.03.02 Журналистика

Направленность (профиль): Конвергентная журналистика

Квалификация (степень): *бакалавр*

Форма обучения: *очная*

Институт: филологии

Кафедра: литературоведения и журналистики

	очная форма	очно-заочная форма	заочная форма
Курс	1		
Семестр/триместр	1,2		

Лекции	36		
Лабораторные занятия			
Практические (семинарские) занятия	36		
Консультации	2		
Форма промежуточной аттестации	Экзамен – 0,3 (2 семестр)		
Контроль	36		
Иные формы работы			
Самостоятельная работа	69,7		

Всего часов: 180

Трудоемкость: 5 зачетных единиц

Разработчик рабочей программы: кандидат педагогических наук Ю.В. Артемова

I. ОРГАНИЗАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКИЙ РАЗДЕЛ

Цель изучения дисциплины: изучить основы конвергентной журналистики для развития профессиональной компетенции бакалавров.

Задачи изучения дисциплины:

- формирование практических навыков и умений, необходимых сотруднику СМИ на современном этапе;
- изучение специфики работы СМИ в условиях конвергенции.

Место дисциплины в структуре ОПОП: дисциплина Б1.В.01.21 Теория и практика конвергентной журналистики реализуется в рамках части, формируемой участниками образовательных отношений Блока 1 Дисциплины (модули).

Планируемые результаты обучения по дисциплине:

Код компетенции	Индикаторы достижения компетенции	Планируемые результаты обучения по дисциплине
ПКС-2	<p>Знать:</p> <ul style="list-style-type: none">- об особенностях эффективного планирования деятельности в условиях установленного лимита времени;- классификацию жанров в системе журналистики;- современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа;- особенности работы в условиях мультимедийной среды и конвергентной журналистики;- методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической);- особенности функционирования различных мультимедийных платформ.	<p>Знает:</p> <ul style="list-style-type: none">- об особенностях эффективного планирования деятельности в условиях установленного лимита времени в конвергентной редакции;- классификацию жанров в системе конвергентной журналистики;- современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа с учетом процессов конвергенции;- особенности работы в условиях мультимедийной среды;- методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) с учетом процессов конвергенции;

		- особенности функционирования различных мультимедийных платформ в конвергентной редакции.
	<p>Уметь:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективно планировать и организовывать свою деятельность в условиях установленного бюджета времени; - создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах; - использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа; - работать в условиях мультимедийной среды и конвергентной редакции; - применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); - применять дизайн и инфографику в СМИ; - работать на различных мультимедийных платформах. 	<p>Умеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - эффективно планировать и организовывать свою деятельность в условиях установленного бюджета времени при работе в конвергентной редакции; - создавать материалы для массмедиа в определенных жанрах с учетом процессов конвергенции; - использовать современную техническую базу и новейшие цифровые технологии, применяемые в печати, на телевидении, в радиовещании, интернет-СМИ и мобильных медиа с учетом процессов конвергенции; - работать в условиях мультимедийной среды и конвергентной редакции; - применять методы и технологии подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической) с учетом процессов конвергенции; - применять дизайн и инфографику в СМИ с учетом процессов конвергенции; - работать на различных мультимедийных платформах.
	<p>Владеть:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах; - навыками установки коммуникативно- 	<p>Владеет:</p> <ul style="list-style-type: none"> - навыками создания материалов для массмедиа в определенных жанрах с учетом процессов конвергенции; - навыками установки

	информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии; - технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); навыками работы на различных мультимедийных платформах.	коммуникативно-информационных связей, используя различные медийные средства и новейшие технологии с учетом процессов конвергенции; - технологией подготовки медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной, фото-, аудио-, видео-, графической); навыками работы на различных мультимедийных платформах.
--	--	---

II. СОДЕРЖАНИЕ И ОБЪЕМ ДИСЦИПЛИНЫ

с указанием количества часов, выделенных на контактную работу обучающихся с преподавателем (по видам учебных занятий) и на самостоятельную работу

Очная форма обучения

№ п/п	Наименование разделов и тем	Всего	Аудиторные занятия			Сам. раб.
			ЛК	ПЗ	ЛБ	
1.	Раздел 1. Новые реалии развития журналистики	72	18	18		36
2.	Тема 1. СМИ и новые цифровые технологии	17	4	4		9
3.	Тема 2. Новые медиаплатформы	17	4	4		9
4.	Тема 3. Новые принципы организации работы редакций	17	4	4		9
5.	Тема 4. Особенности процесса конвергенции в информационном пространстве зарубежных стран	21	6	6		9
6.	Итого за 1 семестр	72	18	18		36
7.	Раздел 2. Работа с контентом в интернет-проектах СМИ, на радио и	69,7	18	18		33,7

	телевидении					
8.	Тема 5. Новые формы предоставления контента на радио	14	4	4		7
9.	Тема 6. Новые формы предоставления контента на телевидении	14	4	4		7
10.	Тема 7. Геймификация новостей	12,7	4	4		7
11.	Тема 8. Специфика предоставления контента в интернет-проектах СМИ	19	6	6		12,7
12.	Экзамен	0,3				
13.	Контроль	36				
14.	Консультация	2				
15.	Итого за 2 семестр	108	18	18		33,7
	ИТОГО:	180	18	18		69,7

Очно-заочная форма обучения

Не реализуется.

Заочная форма обучения

Не реализуется.

III. ОЦЕНОЧНЫЕ МАТЕРИАЛЫ ДЛЯ ПРОВЕДЕНИЯ ТЕКУЩЕЙ И ПРОМЕЖУТОЧНОЙ АТТЕСТАЦИИ ОБУЧАЮЩИХСЯ ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Текущая аттестация проводится в форме контрольной работы, подготовки реферата и др.

Типовой вариант контрольной работы (1 семестр)

Вариант 1.

1. Конвергенция как процесс в мировой, отечественной, региональной телесистеме.

1. Современные тенденции развития новых медиа.

2. Особенности восприятия контента новых медиа.

Вариант 2.

1. Пользовательский контент и способы его эксплуатации.

Методы верификации пользовательского контента.

2. Гражданская журналистика и журналистика соучастия.

3. Характеристики аудиторий основных соцсетей (ВКонтакте, Фейсбук, Одноклассники, Твиттер, Инстаграм). Особенности поведения аудитории в разных соцсетях.

Типовой вариант контрольной работы (2 семестр)

Вариант 1.

1. Инструменты сбора и анализа данных для исследования новых медиа.
2. Охват и вовлеченность. Особенности охвата и вовлеченности в зависимости от конкретного соцмедиа.
3. Специфика текстов и аудио-, видео-контента в новых медиа.

Вариант 2.

1. Новые виды контента (инфографика, сервисы).
2. Сочетание различных видов контента в мультимедийных текстах.
3. Мобильный контент.

Примерная тематика рефератов (1 семестр)

1. Конвергенция в СМИ Липецкой области.
2. Конвергенция в СМИ РФ.
3. Конвергенция в иностранных СМИ (на примере конкретных СМИ).
4. Интерактивные электронные СМИ: лучшие проекты мировой журналистики.
5. Современные тенденции развития новых медиа (с примерами).
6. Примеры проектов журналистики соучастия (Москва – Россия – Мир).
7. Примеры проектов новых медиа, построенных на пользовательском контенте.
8. Социальная сеть ВКонтакте: особенности аудитории.
9. Фейсбук: особенности аудитории.
10. Социальная сеть «Одноклассники»: особенности аудитории.

Примерная тематика рефератов (2 семестр)

1. Социальная сеть Твиттер: особенности аудитории.
2. Инстаграм: особенности аудитории.
3. Современные исследования социальных сетей.
4. Новые требования по идентификации пользователей в интернете.
5. Современное законодательство РФ и новые медиа.
6. Тренды и прогнозы: как изменится медиасфера через 10 лет.
7. YouTube и новое телевидение.
8. Тренды новых медиа, которые влияют на нас сейчас.
9. Интернет-конференции: современная коммуникация.

Промежуточная аттестация обучающихся осуществляется в форме экзамена с использованием следующих оценочных материалов:

**Вопросы к экзамену
(2 семестр, очная форма)**

1. Объективные факторы, способствовавшие формированию конвергентной журналистики.
2. Технические достижения в области передачи и хранения информации и работа современных редакций.
3. Новые каналы распространения информации, используемые мировыми изданиями.
4. Тенденции развития интернет-версии СМИ. Сайты печатных изданий.
5. Изменения в организации рабочего процесса в условиях конвергенции.
6. Профессиональные компетенции современного газетчика.
7. Основные понятия конвергентной журналистики: конвергенция, интеграция, мультимедиа и др.
8. Внешние факторы и развитие конвергенции.
9. Составляющие процесса конвергенции в газетных редакциях Великобритании.
10. Составляющие процесса конвергенции в газетных редакциях Испании.
11. Составляющие процесса конвергенции в редакциях американских газет.
12. Составляющие процесса конвергенции в газетных редакциях азиатского региона.
13. Особенности развития российских газетных редакций в условиях конвергенции.
14. Формы предоставления видеоконтента на сайтах СМИ.
15. Формы предоставления аудиоконтента на сайтах СМИ.
16. Использование печатными СМИ новых каналов распространения контента.
17. Производственный процесс в объединенной редакции.
18. Производственный процесс в конвергентной редакции.
19. Универсальная журналистика в Интернете.
20. Универсальный журналист в процессе видеосъемки.
21. Универсальный журналист на радио.
22. Интерактивная модель вещания радиостанции в Интернете.
23. «Телевизионные» компетенции радиожурналиста в условиях конвергенции.
24. Основы фотожурналистики: понятие, классификация, жанры, виды фотографии.
25. Фотография в Интернете.
26. Рекламная журналистика: понятие, классификация жанров в условиях конвергенции.
27. Своеобразие информационных жанров в рекламе: конвергентный подход.
28. Особенности аналитической и художественно-публицистической рекламы: конвергентный подход.

29. Социологическое изучение аудитории СМИ в условиях конвергенции. Методы исследования аудитории в off-line и on-line режимах.
30. Использование социологических данных в материалах конвергентного журналиста.
31. Концепции WEB 1.0 и WEB 2.0: отличия и воздействие на деятельность журналиста. Проблемы проверки информации в условиях WEB 2.0.
32. Зарубежные подходы к определению понятия «медиаконвергенция» (М. Маклюэн, Н. Негропonte, М. Кастельс).
33. Отечественные подходы к определению понятия «медиаконвергенция» (Е.Л. Вартанова, М. Луканина, А. Калмыков, В. Шеремет, О. Кашин).
34. Медиаконвергенция в области СМИ: ключевые этапы перехода редакций к конвергентному типу.
35. Понятие «конвергентная редакция». Классификации конвергентных редакций по М. Лукиной.
36. Особенности конвергентных изданий, их отличия от традиционных СМИ.
37. Новые роли журналистов в редакциях СМИ (По О. Силантьевой).
38. Нестандартные формы организации User-generated content на сайте СМИ: теоретический и прикладной аспекты.
39. Геймификация в СМИ: особенности формата.
40. Медиаплатформы в журналистике и их значение в дистрибуции контента СМИ.
41. Концепция «интернет-вещей» в маркетинге.
42. Организация работы в конвергентных редакциях, их сетевые стратегии. Примеры известных российских и зарубежных медиапредприятий, характеризующихся как конвергентные.
43. Журналистский текст в Интернете: структура, особенности.
44. Подкасты, водкасты: особенности жанра.
45. Процесс распространения контента в медиа-среде (подход П. Бредшоу).
46. Новые формы визуальной и аудиальной подачи информации.
47. Новые жанры в конвергентной журналистике.
48. Мультимедийные истории: особенности формата. Типология и признаки мультимедийных историй. Этапы подготовки мультимедийных историй.
49. Предпосылки появления мультимедийного сторителлинга. Характерные особенности данного формата. Правила по созданию мультимедийного сторителлинга.
50. Социальные медиа и их роль в профессии журналиста.
51. Социальные медиа и их роль в деятельности PR-специалиста.
52. Особенности и содержание технологии краудфандинга.
53. «Вирусные технологии» в интернет-маркетинге.
54. Мультимедийный ньюсрум как производственная площадка открытого типа.
55. Мультимедийная статья как жанр журналистики.
56. Мультискрипт как жанр журналистики.
57. Динамичная графика: понятие, особенности.

58. Оперативная 3-D – реконструкция: понятие, особенности.
 59. Лонгрид как новый формат подачи текстовой информации.
 60. Визуализация и сервисы для визуализации (инфограм, фоторама, мемгенератор и т.д.).

IV. ПЕРЕЧЕНЬ ЛИТЕРАТУРЫ, НЕОБХОДИМОЙ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

4.1. Основная литература

1. Баранова, Е.А. Конвергентная журналистика. Теория и практика : учебное пособие для бакалавриата и магистратуры / Е.А. Баранова. – Москва : Издательство Юрайт, 2019. – 269 с. - (Бакалавр и магистр. Академический курс) // ЭБС Юрайт. URL: <https://urait.ru/bcode/426187> (дата обращения: 01.09.2020).

4.2. Дополнительная литература

1. Мультимедийная журналистика: учебник для вузов / А.Г. Качкаева, С.А. Шомова, А.А. Мирошниченко, Е.Г. Лапина-Кратасюк ; под общ. ред. А.Г. Качкаевой, С.А. Шомовой. – Москва : Издательский дом Высшей школы экономики, 2017. – 417 с. : схем. – (Учебники Высшей школы экономики). – Режим доступа: по подписке. – URL: <https://biblioclub.ru/index.php?page=book&id=471761> (дата обращения: 01.09.2020).

V. ПЕРЕЧЕНЬ РЕСУРСОВ ИНФОРМАЦИОННО-ТЕЛЕКОММУНИКАЦИОННОЙ СЕТИ «ИНТЕРНЕТ», НЕОБХОДИМЫХ ДЛЯ ОСВОЕНИЯ ДИСЦИПЛИНЫ

№ пп	Ссылка на информационный ресурс	Наименование разработки в электронной форме	Доступность
1.	http://edu.ru/	Российское образование: Федеральный портал. Включает ссылки на порталы и сайты образовательных учреждений; государственные образовательные стандарты; нормативные документы; каталог экскурсий и обучающих	Свободный доступ

		программ.	
2.	https://www.mlg.ru/	Мониторинг СМИ и соцсетей. Инструмент оценки эффективности коммуникаций. Портал	Свободный доступ

VI. СОВРЕМЕННЫЕ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЕ БАЗЫ ДАННЫХ И ИНФОРМАЦИОННЫЕ СПРАВОЧНЫЕ СИСТЕМЫ

1.	http://www.biblioclub.ru	Электронно-библиотечная система (ЭБС) Университетская библиотека онлайн	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
2.	www.elibrary.ru	Российский информационный портал в области науки, технологии, медицины и образования	Свободный доступ
3.	www.garant.ru	Информационно-правовой портал	Свободный доступ
4.	www.consultant.ru	Российская компьютерная справочно-правовая система	Свободный доступ
5.	http://www.bibliorossika.com	Электронно-библиотечная система «БиолиоРоссика»	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет

6.	http://www.iprbooshop.ru/	Электронно-библиотечная система IPRbooks	Регистрация через любой университетский компьютер. В дальнейшем предоставляется неограниченный индивидуальный доступ из любой точки, в которой имеется доступ к сети Интернет
----	---	--	--

VII. ЛИЦЕНЗИОННОЕ И СВОБОДНО РАСПРОСТРАНЯЕМОЕ ПРОГРАММНОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ

При реализации учебной дисциплины применяется следующее лицензионное и свободно распространяемое программное обеспечение:

- Microsoft Windows;
- Microsoft Office;
- LibreOffice.

VIII. ОБОРУДОВАНИЕ И ТЕХНИЧЕСКИЕ СРЕДСТВА ОБУЧЕНИЯ, НЕОБХОДИМЫЕ ДЛЯ ОСУЩЕСТВЛЕНИЯ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОГО ПРОЦЕССА ПО ДИСЦИПЛИНЕ

Учебные занятия проводятся в аудиториях, укомплектованных специализированной мебелью, в том числе стационарными или переносными техническими средствами обучения (проектор, экран, компьютер/ноутбук).

Самостоятельная работа проводится в кабинетах, оснащенных компьютерной техникой с возможностью подключения к сети «Интернет» и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду университета.