

МИНИСТЕРСТВО НАУКИ И ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ РОССИЙСКОЙ
ФЕДЕРАЦИИ

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«Забайкальский государственный университет»
(ФГБОУ ВО «ЗабГУ»)

Историко-филологический факультет
Кафедра Журналистики и связей с общественностью

УТВЕРЖДАЮ:

Декан факультета

Историко-филологический
факультет

Евгений Викторович
Дроботушенко

« ____ » _____ 20 ____
г.

РАБОЧАЯ ПРОГРАММА ДИСЦИПЛИНЫ (МОДУЛЯ)

Б1.В.ДВ.04.01 Интернет-проекты и мультимедиа
на 72 часа(ов), 2 зачетных(ые) единиц(ы)
для направления подготовки (специальности) 42.03.02 - Журналистика

составлена в соответствии с ФГОС ВО, утвержденным приказом
Министерства образования и науки Российской Федерации от
« ____ » _____ 20 ____ г. № ____

Профиль – Мультимедийная журналистика (для набора 2024)
Форма обучения: Очная

1. Организационно-методический раздел

1.1 Цели и задачи дисциплины (модуля)

Цель изучения дисциплины:

Освоение теоретических основ создания интернет- проектов, получение знаний в области технологий мультимедиа, управления интернет-проектами как комплексом процессов и ресурсов от зарождения и разработки до реализации и эксплуатации достигнутых результатов.

Задачи изучения дисциплины:

Изучение ключевых понятий и принципов, связанных с созданием интернет-проектов. Анализ различных типов интернет-проектов, их структуры и функциональности

Освоение методологий и инструментов управления интернет-проектами, включая планирование, организацию, контроль и оценку результатов

Изучение основных технологий мультимедиа, включая текст, изображения, аудио и видео. Ознакомление с инструментами и программным обеспечением для создания и редактирования мультимедийного контента и интернет-проектов

1.2. Место дисциплины (модуля) в структуре ОП

Часть, формируемая участниками образовательных отношений. Дисциплины по выбору.

1.3. Объем дисциплины (модуля) с указанием трудоемкости всех видов учебной работы

Общая трудоемкость дисциплины (модуля) составляет 2 зачетных(ые) единиц(ы), 72 часов.

Виды занятий	Семестр 8	Всего часов
Общая трудоемкость		72
Аудиторные занятия, в т.ч.	39	39
Лекционные (ЛК)	13	13
Практические (семинарские) (ПЗ, СЗ)	26	26
Лабораторные (ЛР)	0	0
Самостоятельная работа студентов (СРС)	33	33
Форма промежуточной аттестации в семестре	Зачет	0
Курсовая работа (курсовой		

2. Перечень планируемых результатов обучения по дисциплине, соотнесенных с планируемыми результатами освоения образовательной программы

Планируемые результаты освоения образовательной программы		Планируемые результаты обучения по дисциплине
Код и наименование компетенции	Индикаторы достижения компетенции, формируемые в рамках дисциплины	Дескрипторы: знания, умения, навыки и (или) опыт деятельности
ОПК-1	ОПК-1.1. (общий по УГСН) Выявляет отличительные особенности медиатекстов, и (или) медиапродуктов, и (или) коммуникационных продуктов разных медиасегментов и платформ	<p>Знать: Знать особенности авторской, и редакторской деятельности журналиста на всех этапах работы над журналистским мультимедийным интернет-/контент-проектом.</p> <p>Ключевые характеристики и различия видов мультимедийных интернет-проектов и контент-проектов.</p> <p>Уметь: Уметь собирать и отбирать различную по форме и содержанию информацию для различных видов мультимедийных интернет-проектов и контент-проектов; грамотно компоновать вербальные и невербальные составляющие журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов.</p> <p>Владеть: Владеть навыками мультимедийного сторителлинга; различными навыками работы в веб-редакторах для создания журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов; навыками веб-аналитики для дальнейшей работе по привлечению и удержанию в них целевой аудитории.</p>
ОПК-4	ОПК-4.2. (по направлению подготовки «Журналистика») Учитывает	Знать: Знать многоуровневые характеристики и особенности целевой аудитории при создании

	<p>основные характеристики целевой аудитории при создании журналистских текстов и (или) продуктов</p>	<p>журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов и дальнейшей работе по привлечению и удержанию в них целевой аудитории.</p> <p>Уметь: Уметь учитывать различные характеристики целевой аудитории при создании журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов и дальнейшей работе по привлечению и удержанию в них целевой аудитории.</p> <p>Владеть: Владеть навыками эффективного взаимодействия с целевой аудиторией при создании журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов и дальнейшей работе по привлечению и удержанию в них целевой аудитории.</p>
ОПК-6	<p>ОПК-6.1. (общий по УГСН) Отбирает для осуществления профессиональной деятельности необходимое техническое оборудование и программное обеспечение</p>	<p>Знать: Знать необходимые онлайн-ресурсы: веб-редакторы для создания журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов; системы веб-аналитики для оптимизации работы интернет-/контент-проектов; системы веб-аналитики для работы по привлечению и удержанию целевой аудитории интернет-/контент-проектов.</p> <p>Уметь: Уметь отбирать подходящие веб-редакторы для создания различных журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов; отбирать необходимые системы веб-аналитики для работы по привлечению и удержанию целевой аудитории интернет-/контент-проектов.</p>

		<p>Владеть: Владеть навыками поиска, сравнения и отбора различных онлайн-ресурсов: веб-редакторов для создания журналистских мультимедийных интернет-/контент-проектов; систем веб-аналитики для оптимизации работы интернет-/контент-проектов; системы веб-аналитики для работы по привлечению и удержанию целевой аудитории интернет-/контент-проектов.</p>
--	--	---

3. Содержание дисциплины

3.1. Разделы дисциплины и виды занятий

3.1 Структура дисциплины для очной формы обучения

Модуль	Номер раздела	Наименование раздела	Темы раздела	Всего часов	Аудиторные занятия			С Р С
					Л К	П З (С З)	Л Р	
1	1.1	Интернет-проект	Интернет-проект. Понятие и виды интернет-проектов. Аудитория интернет-проектов. Интернет-проекты и журналистика.	5	1	2	0	2
	1.2	Контент-проект	Понятие и классификации виды контент-проектов. Особенности. Аудитория контент-проектов. Примеры.	5	1	2	0	2
2	2.1	Мультимедийный сторителлинг	Сторителлинг – умение рассказывать истории. Визуальный сторителлинг. Мультимедийный сторителлинг. Вербальная и	14	2	5	0	7

			невербальные коммуникативные инструменты.					
3	3.1	Форматы мультимедийного журналистского творчества: лонгрид и лендинг	Лонгрид и лендинг: сходства и различия. Цели и задачи. Структура лонгрида. Структура лендинга. Мультимедийное содержание лонгридов и лендингов. Алгоритм создания лонгрида. Алгоритм создания лендинга.	13	3	4	0	6
4	4.1	Веб-редакторы для создания интернет-проектов и контент-проектов	Веб-редакторы для создания веб-проектов (Tilda, Readymag, Figma). Интерфейс веб-редакторов. Принципы работы в них. Алгоритм работы.	14	2	5	0	7
5	5.1	Поиск и SEO	Поиск и SEO. Понятие поискового запроса. Направления SEO-оптимизации. SEO-оптимизация интернет-проекта. Новости и SEO-оптимизация.	10	2	4	0	4
6	6.1	Веб-аналитика и управление трафиком	Веб-аналитика и управление трафиком. Источники трафика и их виды. Особенности работы с Яндекс Метрикой и Google Analytics. Виды переходов. Правила разработки трафик-стратегии. Реферальный, прямой и брендовый трафики. Удержание аудитории.	11	2	4	0	5
Итого				72	13	26	0	33

3.2. Содержание разделов дисциплины

3.2.1. Лекционные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Интернет-проекты	Понятие и классификации видов интернет-проектов. Особенности. Аудитория интернет-проектов. Примеры. Сервис. Онлайн-инструменты. Корпоративный сайт. Интернет-магазин. Маркетплейс. Форум. Мессенджер. Социальная сеть. Взаимосвязь интернет-проектной с журналистикой, рекламой и PR.	1
	1.2	Контент-проект	Понятие и классификации виды контент-проектов. Особенности. Аудитория контент-проектов. Примеры. Онлайн-медиа и интернет-СМИ. Бренд-медиа. Блоги (корпоративные и личные). Порталы (агрегаторы). Новостные ресурсы.	1
2	2.1	Мультимедийный сторителлинг	Понятие сторителлинг. Виды и схемы сторителлинга. Понятие визуального сторителлинга. Примеры. Особенности. Конвергенция и мультиканальность. Понятие мультимедийного сторителлинга. Примеры. Особенности. Вербальная и невербальные коммуникативные инструменты в структуре мультимедийного сторителлинга.	2
3	3.1	Форматы мультимедийного журналистского творчества: лонгрид и лендинг	Формат и жанр: дифференциация понятий. Лонгрид и лендинг: сходства и различия. Цели и задачи. Виды лонгридов. Структура лонгрида. Структура лендинга. Мультимедийное содержание лонгридов и лендингов. Алгоритм создания лонгрида. Алгоритм создания лендинга.	3
4	4.1	Веб-редакторы для создания интернет-проектов и контент-проектов	Веб-редакторы для создания веб-проектов (Tilda, Readymag, Figma). Интерфейс веб-редакторов. Инструментарий. Принципы работы в них. Алгоритм работы.	2

5	5.1	Поиск и SEO	<p>Понятие поискового запроса. Понятие SEO. Направления SEO-оптимизации: семантика, контент, внешние ссылки, техническая оптимизация, настройка индексации, структура и навигация, поисковая аналитика. SEO-оптимизация интернет-проекта. SEO-оптимизация для поиска по новостным запросам.</p>	2
6	6.1	Веб-аналитика и управление трафиком	<p>Понятие веб-аналитики. Понятие управление трафиком. Источники трафика и их виды. Особенности работы с системами веб-аналитики (Яндекс Метрика и Google Analytics). Понятие переходов пользователя на веб-страницу. Виды переходов. Правила разработки трафик-стратегии. Понятия реферальный, прямой и брендовый трафики. Удержание аудитории.</p>	2

3.2.2. Практические занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Анализ интернет-проектов	Анализ успешных интернет-проектов различных видов. Анализ аудитории интернет-проектов.	2
	1.2	Анализ контент-проекта	Анализ региональных контент-проектов. Анализ аудитории контент-проектов.	2
2	2.1	Навык мультимедийного сторителлинга	Изучение и освоение алгоритма создания сторителлинга. Изучение особенностей создания визуального сторителлинга. Соединение вербального и невербального повествования. Разработка сториборда для будущего мультимедийного интернет-/контент-проекта.	5
3	3.1	Лонгрид как форма журналистского творчества	Виды журналистских лонгридов. Анализ примеров успешных журналистских лонгридов	2

	3.1	Лендинг как инструмент в системе интегрированных маркетинговых коммуникаций	Виды интегрированных маркетинговых коммуникаций. Лонгрид как вид ИМК. Анализ привлекательных лендингов	2
4	4.1	Работа в веб-редакторе для создания интернет-проектов и контент-проектов	Работа с различными инструментами в одном веб-редакторе (Tilda, Readymag, Figma). Разработка макета будущего мультимедийного интернет-/контент-проекта.	5
5	5.1	Направления SEO-оптимизации	Работа с направлениями SEO-оптимизации: семантика, контент, внешние ссылки, техническая оптимизация, настройка индексации, структура и навигация, поисковая аналитика.	4
6	6.1	Системы веб-аналитики	Работа с системами веб-аналитики (Яндекс Метрика и Google Analytics). Виды переходов пользователя на веб-страницу: прямой, по поисковым системам, из рекомендательных систем, из социальных сетей.	4

3.2.3. Лабораторные занятия, содержание и объем в часах

Модуль	Номер раздела	Тема	Содержание	Трудоемкость (в часах)

3.3. Содержание материалов, выносимых на самостоятельное изучение

Модуль	Номер раздела	Содержание материалов, выносимого на самостоятельное изучение	Виды самостоятельной деятельности	Трудоемкость (в часах)
1	1.1	Интернет-проект	Изучение специальной литературы по теме. Доклад.	2
	1.2	Контент-проект	Изучение специальной литературы по теме.	2

			Доклад.	
2	2.1	Мультимедийный сторителлинг. Разработка сториборда	Проектная мастерская	7
3	3.1	Мультимедийное содержание лонгридов и лендингов	Индивидуальная творческая работа	6
4	4.1	Работа в веб-редакторе для создания интернет-проектов и контент-проектов	Проектная мастерская	7
5	5.1	SEO-оптимизация интернет-проекта	Кейс-задача	4
6	6.1	Веб-аналитика и разработка трафик-стратегии	Разноуровневая задача	5

4. Фонд оценочных средств для проведения текущей и промежуточной аттестации обучающихся по дисциплине

Фонд оценочных средств текущего контроля и промежуточной аттестации по итогам освоения дисциплины представлен в приложении.

[Фонд оценочных средств](#)

5. Учебно-методическое и информационное обеспечение дисциплины

5.1. Основная литература

5.2. Дополнительная литература

5.3. Базы данных, информационно-справочные и поисковые системы

Название	Ссылка
ЭБС «Троицкий мост»; Договор № 223 П/17-121	http://www.trmost.ru/lib-main.shtml?all_books
ЭБС «Лань»; Договор № 223/17-28	http://www.e.lanbook.ru/
ЭБС «Юрайт»; Договор № 223/17-27	https://urait.ru/
ЭБС «Консультант студента»; Договор №223/17-12	https://www.studentlibrary.ru/

6. Перечень программного обеспечения

Программное обеспечение общего назначения: ОС Microsoft Windows, Microsoft Office, ABBYY FineReader, ESET NOD32 Smart Security Business Edition, Foxit Reader, АИБС "МегаПро".

Программное обеспечение специального назначения:

1) Google Chrome

7. Материально-техническое обеспечение дисциплины

Наименование помещений для проведения учебных занятий и для самостоятельной работы обучающихся	Оснащенность специальных помещений и помещений для самостоятельной работы
Учебные аудитории для проведения занятий лекционного типа	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по факультету
Учебные аудитории для проведения практических занятий	
Учебные аудитории для проведения групповых и индивидуальных консультаций	Состав оборудования и технических средств обучения указан в паспорте аудитории, закрепленной расписанием по кафедре
Учебные аудитории для текущей аттестации	

8. Методические рекомендации по организации изучения дисциплины

Разработчик/группа разработчиков:

Типовая программа утверждена

Согласована с выпускающей кафедрой
Заведующий кафедрой

_____ «___» _____ 20___ г.