

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

О.Н. Здрок

9 декабря 2020 г.

Регистрационный № УД-9178 / уч.



ВЕБ-ТЕХНОЛОГИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 11 Коммуникации
(для иностранных граждан)

2020 г.

Белорусский государственный университет

УТВЕРЖДАЮ

Проректор по учебной работе и
образовательным инновациям

_____ О.Н. Здрок
9 декабря 2020 г.

Регистрационный № УД-9178 / уч.

ВЕБ-ТЕХНОЛОГИИ В ИНТЕРНЕТ-КОММУНИКАЦИИ

Учебная программа учреждения высшего образования
по учебной дисциплине для специальности:

1-23 80 11 Коммуникации
(для иностранных граждан)

2020 г.

Учебная программа составлена на основе образовательного стандарта ОСВО 1-23 80 11-2019 и учебного плана (Е 23и-125/ уч. от 01.04.2020) Белорусского государственного университета по специальности II ступени высшего образования (магистратуры) 1-23 80 11 Коммуникации (для иностранных граждан)

СОСТАВИТЕЛЬ:

И.П. Шибут, старший преподаватель кафедры технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики БГУ.

РЕЦЕНЗЕНТЫ:

Т.В. Ковалевич, управляющий партнер ЧУП «Центр делового развития»;
А.В. Потребин, доцент кафедры медиалогии факультета журналистики Белорусского государственного университета, кандидат филологических наук, доцент.

РЕКОМЕНДОВАНА К УТВЕРЖДЕНИЮ:

Кафедрой технологий коммуникации и связей с общественностью факультета журналистики Белорусского государственного университета (протокол №3 от 09.10.2020);

Научно-методическим Советом БГУ
(протокол №2 от 07.12.2020).

Заведующая кафедрой _____ Ю.Н. Лукьянюк

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

Цель учебной дисциплины – формирование у магистрантов системного представления о теории и практике актуальной коммуникации в Интернете и основных параметрах профессиональной компетентности современного специалиста в сфере веб-технологий в интернет-коммуникации.

Задачи учебной дисциплины:

1. ознакомить с характеристиками, тенденциями развития актуальной интернет-коммуникации;
2. выработать четкое представление о новейших реалиях интернет-коммуникации;
3. выявить и дифференцировать характеристики коммуникации в Интернете;
4. предложить современную методологию исследования коммуникации в интернет-пространстве;
5. дать представление о парадигмах теории интернет-коммуникации;
6. продемонстрировать эффективные парадигмы использования интернет-коммуникации в различных сферах;
7. предоставить возможность для формирования индивидуального направления исследований и практической работы в сфере интернет-коммуникации каждому магистранту.

Место учебной дисциплины в системе подготовки магистра.

Актуальность изучения учебной дисциплины «Веб-технологии в интернет-коммуникации» обусловлена фактом значительных трансформаций в профессии специалиста, работающего с информацией. Интернет снабдил современного специалиста в области коммуникации не только принципиально новыми инструментами для интерактивного общения с аудиторией, но и более эффективными средствами для профессионального развития и самореализации, которые могут быть использованы магистрантами в реальной практической деятельности.

Учебная дисциплина относится к компоненту учреждения образования, профилю «Государственные и корпоративные коммуникации» (для иностранных граждан), дисциплине по выбору.

Связь с другими учебными дисциплинами

Данная учебная дисциплина изучается во 2-м семестре и связана с изучением таких учебных дисциплин, как «Коммуникации в системе международных отношений» и «Брендинговые корпоративные коммуникации».

Требования к компетенциям

Освоение учебной дисциплины «Веб-технологии в интернет-коммуникации» должно обеспечить формирование следующих компетенций:

УК-5. Обладать навыками использования современных информационных технологий для решения научно-исследовательских и инновационных задач.

УПК-1. Владеть современными методами сбора, обработки, анализа, представления и распространения информации с использованием новейших информационно-коммуникационных технологий.

СК-11. Владеть принципами, технологиями и инструментами разработки и реализации стратегий сетевого взаимодействия.

В результате освоения учебной дисциплины магистрант должен:

знать:

- определение объекта и предмета теории интернет-коммуникации;
- характеристики, тенденции развития актуальной интернет-коммуникации;
- характерные особенности Интернета как средства массовой коммуникации;
- специфику способов подачи информации в сетевых изданиях;
- принципы создания эффективных текстов в Интернете;
- конвергентные форматы фиксации информации;
- характеристики и специфику социальных сетей в Интернете;
- модели коммуникации в Интернете и понятие «аудитория» как новый субъект интернет-коммуникации;

уметь:

- проводить мониторинг средств массовой коммуникации;
- создавать гипертекст как нелинейный виртуальный документ и систему документов;
- оценивать характеристики интернет-ресурсов;
- строить информационные сообщения для целевой аудитории;
- взаимодействовать с аудиторией в процессе создания интернет-гипертекста;

владеть:

- навыками сбора информации в Интернете;
- технологиями количественного и качественного исследования;
- методами и средствами организации собственной информационной деятельности и планирования ее результатов.

Структура учебной дисциплины: общее количество часов, распределение аудиторного времени, трудоемкость, форма аттестации

Курс	1
Семестр	2
Всего часов по дисциплине	96
Всего аудиторных часов по дисциплине	36
Лекции	12
Практические	24
Трудоемкость учебной дисциплины	3 з.е.
Форма текущей аттестации	экзамен

СОДЕРЖАНИЕ УЧЕБНОГО МАТЕРИАЛА

Тема 1. Методология дисциплины «Веб-технологии в интернет-коммуникации»

Предмет дисциплины «Веб-технологии в интернет-коммуникации». Теория интернет-коммуникации как наука и учебная дисциплина. Междисциплинарный характер знания коммуникации в Интернете: технические, гуманитарные аспекты. Уровни исследования интернет-коммуникации: аппаратный, программный, коммуникационный. Место теории интернет-коммуникации в системе современной коммуникативистики.

Предмет дисциплины «Веб-технологии в интернет-коммуникации». Цели и задачи дисциплины. Структура дисциплины. Теоретическая и эмпирическая база. Система понятий и терминов. Методологические аспекты дисциплины.

Тема 2. Эволюция коммуникации в современном социуме и Интернете

Общение и коммуникация. Социальная коммуникация. Развитие технических средств как предпосылка изменений социальной коммуникации. Массовая коммуникация и массмедиа. Печать, радиовещание, телевидение: изменение коммуникационных характеристик и неизменность коммуникационной парадигмы. Роль технических средств в социальной коммуникации. Виртуализация как характеристика современных каналов коммуникации.

Социально-экономические предпосылки возникновения интернет-коммуникации. Технологические предпосылки развития коммуникационных глобальных сетей. Дигитализация и электронная коммуникация. Эволюция сетевых виртуальных каналов коммуникации. Новейшие коммуникативные технологии и формы коммуникативных практик.

Тема 3. Основы теории интернет-коммуникации

Понятие коммуникации в Интернете. Интернет и веб в структуре интернет-коммуникации. Интернет как новейший канал и среда социальной коммуникации. Принципы организации и уровни коммуникации. Техническая эволюция веб и формирование его актуальных характеристик.

Объект и предмет теории интернет-коммуникации. Интернет-коммуникация в структуре коммуникативного знания. Структура теории интернет-коммуникации. Научный аппарат теории интернет-коммуникации.

Понятие коммуникативного акта в интернет-коммунологии. Коммуникативное пространство и время. Функции теории интернет-коммуникации. Виды коммуникации в Интернете. Формы интернет-коммуникации. Уровни коммуникации.

Исследования интернет-коммуникации: история, виды, форматы. Методы сбора информации. Виды мониторинга. Технологии

количественного и качественного исследования. Форматы исследований: социологический, маркетинговый.

Тема 4. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете

Характеристики интернет-коммуникации. Форматы реализации виртуальности. Эффект присутствия. Понятие «виртуальная личность». Понятия аватар, юзерпик. Виртуальная реальность и искусственная реальность в Интернете. 3D миры. Виртуальная реальность в Интернете и новые практики социальной коммуникации.

Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика Сети. Технические характеристики: доступность, дешевизна, отсутствие временных лимитов (круглосуточный доступ), беспрецедентные объемы информации, оперативность доставки информации, мгновенная обратная связь. Масштабируемость: мгновенное увеличение числа пользователей, мгновенное увеличение взаимных контактов. Построение коммуникации любого уровня с отслеживанием пути информации. Выбор любого формата информации.

Тема 5. Интернет в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации

Типология интернет-коммуникации. Характеристики новейших интеграций интернет-коммуникации. Новейшие характеристики Интернета, переход к антропоцентризму. Интернет как открытая платформа. Понятие комьюнити.

Усиление роли среды как субъекта социальной коммуникации. Эволюция технологий и революция коммуникации. Пользователь как субъект коммуникации. Типология новейшей интернет-коммуникации. Контент, создаваемый пользователями.

Тема 6. Организация информации в Интернете

Специфика информации в Интернете. Особенности фиксации информации в Интернете. Интернет-гипертекст и мультимедиа. Идеи ассоциативного структурирования информации человеком. Концепция работы с компьютерными текстами. Гипертекст как ассоциативная/нелинейная система организации информации для процесса авторского творчества. Понятия гиперссылки. Концепции гипертекста. Разработка идей гипертекста.

Компьютерный гипертекст и интернет-гипертекст. Гипертекст как конвергентная система единиц различных знаковых систем. Интернет-гипертекст как виртуальный условно-вербальный текст. Интернет-гипертекст как текстуальная парадигма сотворчества автора и читателя. Гипертекст как коммуникативный процесс. Гипертекст как мультимедийный продукт. Гипертекст как нелинейный виртуальный документ и система документов.

Тема 7. Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете.

Гипермедиа как способ фиксации информации в Интернете и форма коммуникации. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете. Статическая и динамическая информация. Аудиоинформация. Видеоинформация. Конвергенция форматов фиксации информации.

Гипертекст как новая форма фиксации институциональной информации. Чтение гипертекста как процесс создания нового текста. Равноправие и коллаборация в создании текста автора и читателя как фактор доверия к тексту.

Качественная оценка интернет-гипертекста: коммуникационный, технологический аспекты. Понятие юзабилити. Параметры оценки интернет-гипертекста (по Я. Нильсену).

Тема 8. Типология интернет-коммуникации

Понятие «тип коммуникации». Понятие «тип интернет-коммуникации». Основания классификации интернет-коммуникации. Технологические характеристики как основа типизации. Типология интернет-коммуникации: по аудитории (внутренняя, внешняя), целям и задачам (имиджево-презентационная, лоббистская), авторству (персональная, мультиперсональная), характеру институциализации (официальная, неофициальная), коду (конструктивная, деструктивная), масштабу коммуникации (национальная, интернациональная), по уровню коммуникации (индивидуальная, групповая, массовая), вектору навигации (горизонтальная, вертикальная), функции (навигационная, конечная).

Тема 9. Интернет-ресурс как объект и среда коммуникации

Понятие интернет-ресурса. Электронная почта, мессенджеры как средства обмена сообщениями. Рассылки в системе коммуникации связей с общественностью. Спам-рассылки в практике интернет-коммуникации связей с общественностью и рекламы.

Сайт как институциональный ресурс связей с общественностью и рекламы. Типы сайтов. Особенности коммуникации интранет-сайта. Виды интернет-сайтов: информационный, коммуникационный, интегральный. Сайт как корпоративная база знаний. Интернет-сайт и формирование корпоративной системы ценностей. Управление корпоративной системой ценностей. Внутренние корпоративные издания. Внешние сайты. Экстранет-сайты. Личные ресурсы. Социальные сети. Виртуальные миры. Виртуальные игры.

Тема 10. Коммуникация в социальных сетях

Характеристики и специфика социальных сетей в Интернете. Особенности взаимодействия с тренд-сеттерами и аудиторией. Измерение эффективности институциональной коммуникации в социальной сети.

Понятие интернет-кампании. Типология интернет-кампаний.

Типология рекламной коммуникации в Интернете. Баннерная и контекстная рекламы. Типы баннеров. Особенности контекстной рекламы. Рекламные кампании в Интернете.

Оценка характеристик интернет-ресурсов. Параметры оценки интернет-ресурса.

Тема 11. Медиакоммуникация в Интернете

Медиакоммуникация в Интернете. Характеристики, особенности медиакоммуникации в Интернете. Особенности коммуникационного медиапроцесса в Интернете.

Понятие интернет-медиа. Характеристики, функции. Типология медиа в Интернете. Интернет-СМК в медиасистеме.

Специфика текстов медиа в Интернете. Типология гипертекстов интернет-СМК.

Новые технологии и развитие актуальных видов коммуникации.

Тема 12. Интеграция коммуникации в Интернете

Понятие интеграции коммуникации. Характеристики, особенности. Интеграция как объединение технологий, средств, инструментов коммуникации. Структура интегрированных коммуникаций. Роль рекламы и связей с общественностью в интегрированных коммуникациях.

Интернет как среда интегрированных коммуникаций. Процесс интегрированной коммуникации в Интернете. Интегрированный информационно-коммуникационный продукт в Интернете. Специфика характеристик участников интегрированной коммуникации в Интернете.

Классификация интегрированных коммуникаций в Интернете. Уровни интеграции коммуникации в Интернете.

Тенденции развития интегрированных маркетинговых коммуникаций в Интернете.

Тема 13. Интернет и формирование конвергентной коммуникации

Дигитализация и трансформации коммуникации в XXI веке. Проблемы восприятия и потребления коммуникации. Коммуникационные угрозы современного общества.

Социально-экономические предпосылки интегративных процессов в коммуникации. Дигитализация как основа интеграции коммуникации: практические и теоретические аспекты. Дигитальная коммуникация и существенная трансформация парадигм коммуникационного процесса. Интернет как основная сфера интегрированной коммуникации. Эволюция технологий и усиление интегративных коммуникационных процессов.

Понятие конвергенции. Понятие конвергентной коммуникации. Характеристики, виды, типы, формы. Понятие технической конвергенции. Техническая конвергенция и актуальные параметры дигитализации. Конвергентная коммуникация в Интернете.

Понятие контентной конвергенции. Характеристики, особенности, тенденции развития. Контентная конвергенция журналистики, рекламы, связей с общественностью.

Конвергентный коммуникационный процесс: параметры структуры. Конвергенция и тенденции развития коммуникации. Конвергенция и парадигмы интернет-коммуникологии.

Тема 14. Аудитория интернет-коммуникации

Понятие аудитории Интернета. Эволюция характеристик, особенности.

«Виртуальные» и реальные личности в Интернете. Особенности поведения аудитории в Интернете. Коммуникационные предпочтения аудитории в Интернете.

Модели коммуникации в Интернете и аудитория как новый субъект интернет-коммуникации. Характеристики, особенности, тенденции развития. Особенности внутренней интернет-коммуникации аудитории.

Понятие целевой аудитории. Специфика институциональной интернет-коммуникации связей с общественностью и рекламы с целевой аудиторией. Аудитория и институциональный коммуникатор: новейшие модели коммуникации.

Требования аудитории к контенту. Аудитория как самостоятельный создатель интернет-контента. Взаимодействие внутри аудитории в процессе создания интернет-гипертекста. Взаимодействие профессионального коммуникатора и аудитории в процессе создания интернет-гипертекста.

Цели и инструменты измерения современной интернет-аудитории. Оценка типов поведения аудитории. Институциональное проектирование взаимодействия с аудиторией.

Тема 15. Коммуникативная интернет-компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста

Современные социальные системы и требования к личности. Понятие коммуникативной компетентности. Профессиональная коммуникативная компетентность.

Коммуникативная компетентность в сфере интернет-коммуницирования. Источники приобретения коммуникативной интернет-компетентности. Коммуникативная интернет-компетентность как комплекс знаний и навыков. Коммуникативная культура специалиста как основа профессиональной культуры. Культура профессиональной коммуникации в Интернете. Особенности коммуникативной интернет-компетентности. Специфика типов и моделей интернет-коммуницирования и особенности знаний и навыков для реализации успешной коммуникации рекламы и связей с общественностью. Смешанные модели онлайн- и оффлайн-коммуникации и необходимость формирования новых коммуникационных парадигм деятельности специалиста.

УЧЕБНО-МЕТОДИЧЕСКАЯ КАРТА УЧЕБНОЙ ДИСЦИПЛИНЫ

Дневная форма получения образования

Номер раздела, темы	Название раздела, темы	Количество аудиторных часов					Количество часов внеаудиторной УСР	Форма контроля знаний
		Лекции	Практические занятия	Семинарские занятия	Лабораторные занятия	Аудиторная УСР		
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Методология дисциплины «Технологии интернет-коммуникации»	2						Опрос, учебная дискуссия
2	Эволюция коммуникации в современном социуме и Интернете	2						Опрос, учебная дискуссия
3	Основы теории интернет-коммуникации	2						Опрос, учебная дискуссия
4	Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете	2						Опрос, учебная дискуссия
5	Интернет в XXI веке: технологические и коммуникационные трансформации	2						Опрос, учебная дискуссия
6	Организация информации в Интернете	2	2					Опрос, учебная дискуссия
7	Понятие мультимедийной фиксации информации в Интернете		2					Опрос, групповая дискуссия, работа в малых группах
8	Типология интернет-коммуникации		2					Опрос, групповая дискуссия, работа в малых группах
9	Интернет-ресурс как объект и среда коммуникации		2					Опрос, групповая дискуссия, работа в малых группах
10	Коммуникация в социальных сетях		2					Опрос, групповая дискуссия,

								работа в малых группах
11	Медиакоммуникация в Интернете		2					Опрос, групповая дискуссия, работа в малых группах
12	Интеграция коммуникации в Интернете		2					Опрос, групповая дискуссия, работа в малых группах
13	Интернет и формирование конвергентной коммуникации		4					Опрос, групповая дискуссия, открытое эвристическое задание
14	Аудитория интернет-коммуникации		2					Опрос, групповая дискуссия, работа в малых группах
15	Коммуникативная интернет-компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста		4					Обсуждение, групповая дискуссия, открытое эвристическое задание
	Всего:	12	24					

ИНФОРМАЦИОННО-МЕТОДИЧЕСКАЯ ЧАСТЬ

Перечень основной литературы

1. *Градюшко, А. А.* Основы творческой деятельности веб-журналиста : учеб.-метод. пособие / А. А. Градюшко. – Минск : БГУ, 2019.
2. Интернет-СМИ: Теория и практика: учеб. пособие для студентов ВУЗов / М. М. Лукина [и др.]; под ред. М. М. Лукиной. – М., 2013.
3. *Неелова, Н.* «SEMBOOK. Энциклопедия поискового продвижения Ingate». Издание 2-е. / Н. Неелова – ИП Андросов, 2017.
4. Облачные технологии и сервисы Веб 2.0 в образовании : учеб.-метод. пособие [Электронный ресурс] / С.Н. Гринчук [и др.]; ГУО «Акад. последиплом. образования». – Минск : АПО, 2017.
5. *Соловьев, А. И.* Современные технологии массмедиа: пособ. / А.И. Соловьев. – Минск : БГУ, 2018. – 279 с.
6. *Степанов, В. А.* Социальные медиа : учеб.-метод. пособие / В. А. Степанов. – Минск : БГУ, 2020.
7. *Шилина, М.* Интернет-коммуникация в системе общественных связей / М. Шилина. – М., 2010.
8. *Шибут И. П.* Информационный менеджмент в веб-среде [Электронный ресурс]: метод. рекомендации для студентов гуманитар. спец. / И. П. Шибут, С. Н. Гринчук. – Минск : БГУ, 2014. 180 с. – 1 электронный оптический диск. ISBN 978-985-518-960-3.
9. *Шибут И. П.* Мультимедийные технологии коммуникации [Электронный ресурс]: учебно-методический комплекс / И. П. Шибут. – Минск : БГУ, 2014. 146 с.

Перечень дополнительной литературы

1. *Амзин, А. А., Гатов В., Галустян А.* Как новые медиа изменили журналистику. 2012-2016 / А. А. Амзин, В. Гатов, А. Галустян. – М., 2016 г.
2. *Кирсанов, Д.* Веб-дизайн: книга Дмитрия Кирсанова / Д. Кирсанов. – СПб., 1999.
3. *Маклюэн, М.* Галактика Гутенберга / М. Маклюэн. – М., 2005.
4. *Нильсен, Я.* Веб-дизайн: книга Якоба Нильсена / Я. Нильсен. – СПб., 2001.
5. *Уэбстер, Ф.* Теории информационного общества / Ф. Уэбстер. – М., 2004.
6. *Шибут, И. П.* Республика Беларусь глазами студентов: что нужно посетить в моей стране / И. П. Шибут // Межвузовский портал «Методология, содержание, практика креативного образования» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://didact.bsu.by/item/Shibut>. – 2020.

7. *Шибут, И. П.* Использование эвристических методов в преподавании дисциплины «Мультимедийные технологии коммуникации» / И. П. Шибут // Межвузовский портал «Методология, содержание, практика креативного образования» [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://didact.bsu.by/item/Shibut1>. – 2020.
8. *Шибут, И. П.* Креативные методики обучения в преподавании технологических дисциплин для гуманитарных специальностей / И. П. Шибут // Журналістыка-2020: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 22-й Міжнар. навук.-практ. канф. (Мінск, 12-13 ліст. 2020 г / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2020. С. 665-669.
9. *Шибут, И. П.* Проектная деятельность как основа для создания обучающимися собственного реального продукта / И. П. Шибут // Журналістыка-2020: стан, праблемы і перспектывы : матэрыялы 22-й Міжнар. навук.-практ. канф. (Мінск, 12-13 ліст. 2020 г / рэдкал.: В. М. Самусевіч (адк. рэд.) [і інш.]. – Мінск : БДУ, 2020. – с. 669-672.

Перечень рекомендуемых средств диагностики и методика формирования итоговой оценки

1. Оценка за *опрос* включает:
 - ответ (полнота ответа) – 40 %;
 - аргументация и опора на примеры из практики – 30%;
 - постановка вопросов – 30 %.
2. При оценивании участия в *учебной дискуссии* учитывается:
 - постановка вопросов – 20%;
 - содержание выступления (ясность, доказательность, соответствие теме и аудитории, креативность) – 30%;
 - управление коммуникацией (ораторское мастерство, взаимодействие с аудиторией) – 35%;
 - участие в диалоге, дополнения и замечания – 15%.
3. Оценка *текстово-графической презентации* включает:
 - актуальность исследуемой проблемы – 20%;
 - релевантность подобранных примеров – 20%;
 - методика и глубина анализа – 20%;
 - включение в работу группы – 20%;
 - практикоориентированность полученных результатов – 20%.

При формировании итоговой оценки используется рейтинговая оценка знаний магистранта, дающая возможность проследить и оценить динамику процесса достижения целей обучения. Рейтинговая оценка предусматривает использование весовых коэффициентов для текущего контроля знаний и текущей аттестации магистрантов по дисциплине.

Формирование оценки за текущую успеваемость:

- ответы на практических занятиях – 25 %;
- участие в дискуссии – 15 %;
- подготовка текстово-графической презентации – 60 %;

Формой текущей аттестации по учебной дисциплине «Веб-технологии в интернет-коммуникации» учебным планом предусмотрен экзамен.

Примерная тематика и план практических занятий

Практические занятия 1-2.

Темы 6-7 (4 ч.)

Форма контроля – опрос, групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Специфика информации в Интернете.
2. Особенности фиксации информации в Интернете.
3. Интернет-гипертекст и мультимедиа.
4. Гипертекст как ассоциативная/нелинейная система организации информации для процесса авторского творчества.
5. Понятие гиперссылки. Концепции гипертекста. Разработка идей гипертекста.
6. Типология видов и форм мультимедийной информации в Интернете.
7. Статическая и динамическая информация. Аудиоинформация. Видеоинформация.

Практические занятия 3-7.

Темы 8-12 (10 ч.)

Форма контроля – опрос, групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие «тип интернет-коммуникации». Основания классификации интернет-коммуникации.
2. Типология интернет-коммуникации: по аудитории, целям и задачам, авторству, характеру институционализации, масштабу коммуникации, по уровню коммуникации, вектору навигации, функции.
3. Понятие интернет-ресурса.
4. Рассылки в системе коммуникации связей с общественностью (электронная почта, мессенджеры).
5. Сайт как институциональный ресурс связей с общественностью и рекламы. Типы сайтов. Виды интернет-сайтов.
6. Характеристики и специфика социальных сетей в Интернете.
7. Понятие интернет-кампании. Типология интернет-кампаний.
8. Типология рекламной коммуникации в Интернете.
9. Параметры оценки интернет-ресурса.
10. Характеристики, особенности медиакоммуникации в Интернете.

11. Понятие и типология медиа в Интернете.
12. Специфика текстов медиа в Интернете.
13. Понятие интеграции коммуникации.
14. Интегрированный информационно-коммуникационный продукт в Интернете.
15. Классификация интегрированных коммуникаций в Интернете.

Практическое занятие 8-9.

Тема 13. Интернет и формирование конвергентной коммуникации (4 ч.)

Форма контроля – опрос, групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Дигитализация и трансформации коммуникации в XXI веке.
2. Эволюция технологий и усиление интегративных коммуникационных процессов.
3. Понятие конвергентной коммуникации. Характеристики, виды, типы, формы.
4. Понятие контентной конвергенции. Характеристики, особенности, тенденции развития.

Форма контроля – открытое эвристическое задание

Контроль выполнения индивидуальных тематических заданий по подготовке текстово-графических презентаций проводится на практических занятиях с целью проверки достижения магистрантов не по отдельным элементам, а в логической системе, соответствующей структуре конкретной темы с глубоким изучением конкретных инструментов интернет-коммуникации. Примерный план представления, описания и анализа работы:

1. Выбор объекта анализа (мотивация выбора, констатация знаний об объекте на ранней стадии изучения);
2. Описание исходных характеристик (история, история-легенда, развитие, значимые этапы);
3. Создание мультимедийного представления объекта с использованием изученных интернет-сервисов;
4. Презентация форм подачи на веб-странице с анализом и обоснованием используемых мультимедийных форматов и эстетики (дизайн, иллюстрации, шрифты) с учетом особенностей контента веб-страниц.

Практическое занятие 10.

Тема 14. Аудитория интернет-коммуникации (2 ч.)

Форма контроля – опрос, групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Понятие аудитории Интернета. Эволюция характеристик, особенности.
2. «Виртуальные» и реальные личности в Интернете.

3. Особенности поведения аудитории в Интернете.
4. Коммуникационные предпочтения аудитории в Интернете.
3. Особенности внутренней интернет-коммуникации аудитории.
4. Понятие целевой аудитории. Специфика институциональной интернет-коммуникации связей с общественностью и рекламы с целевой аудиторией.
5. Требования аудитории к контенту. Аудитория как самостоятельный создатель интернет-контента.
6. Цели и инструменты измерения современной интернет-аудитории.

Практические занятия 11-12.

Тема 15. Коммуникативная интернет-компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста (4 ч.)

Форма контроля – обсуждение, групповая дискуссия

Вопросы для обсуждения:

1. Современные социальные системы и требования к личности.
2. Понятие коммуникативной компетентности.
3. Профессиональная коммуникативная компетентность.

Форма контроля – открытое эвристическое задание

Подготовка проекта (итоговая аттестация) по теме «Коммуникативная интернет-компетентность в системе профессиональной подготовки специалиста». Придумать тему и содержание интерактивной публикации (*storytelling*), в которой нужно будет продемонстрировать примеры выполненных с помощью интернет-сервисов элементов интерактивной визуальной коммуникации.

Опорные точки:

1. Введение обозначает намерения автора и общий контекст, необходимый для понимания и последующего изложения. Преподаватель должен понять, о чем вы пишете (или о чем не пишете) и чего следует ждать от текста. Как правило, заканчивается введение тезисом или тезисами.
2. В основной части должны содержаться следующие элементы:
 - облако тегов;
 - инфографика;
 - временная шкала (TimeLine);
 - интерактивные задания;
 - интерактивное изображение.
3. Заключение должно подводить итог работе, содержать решение обсуждаемой проблемы, рекомендации или прогноз.
4. Проект необходимо представить в виде web-страницы (формат HTML) на сайте.

Примечание. Каждый раздел должен быть максимально проработан и проиллюстрирован конкретными примерами.

Описание инновационных подходов и методов к преподаванию учебной дисциплины

При организации образовательного процесса используются следующие методы и подходы:

-метод учебной дискуссии, который предполагает участие магистрантов в целенаправленном обмене мнениями, идеями для предъявления и/или согласования существующих позиций по определенной проблеме. Использование метода обеспечивает появление нового уровня понимания изучаемой темы, применение знаний (теорий, концепций) при решении проблем, определение способов их решения;

-методы и приемы развития критического мышления, которые представляют собой систему, формирующую навыки работы с информацией в процессе чтения и письма; понимании информации как отправного, а не конечного пункта критического мышления;

-эвристический подход, который предполагает: осуществление магистрантами лично-значимых открытий окружающего мира; демонстрацию многообразия решений большинства профессиональных задач и жизненных проблем; творческую самореализацию обучающихся в процессе создания образовательных продуктов; индивидуализацию обучения через возможность самостоятельно ставить цели, осуществлять рефлексии собственной образовательной деятельности.

-метод анализа конкретных ситуаций (кейс-метод), который предполагает: приобретение магистрантом знаний и умений для решения практических задач; анализ ситуации с использованием профессиональных знаний, собственного опыта, дополнительной литературы и иных источников.

Методические рекомендации по организации самостоятельной работы обучающихся

Самостоятельная работа магистрантов в рамках изучения учебной дисциплины «Веб-технологии в интернет-коммуникации» включает:

- изучение учебно-методических материалов;
- изучение материалов из списка рекомендованной литературы;
- подготовка к опросу и учебной дискуссии;
- подготовка мультимедийных проектов;
- подготовка к экзамену.

Примерный перечень вопросов к экзамену

1. Эволюция социальной коммуникации в XXI веке и Интернет.
2. Социально-экономические предпосылки появления Интернета.
3. Технические предпосылки появления Интернета.

4. Уровни исследования интернет-коммуникации: аппаратный, программный, коммуникационный.
5. Печать, радиовещание, телевидение, Интернет: коммуникационные характеристики и коммуникационные парадигмы.
6. Организация информации в Интернете.
7. Виртуальность как условие реализации коммуникации в Интернете.
8. Характеристики интернет-коммуникации.
9. Типология интернет-коммуникации.
10. Интерактивность как определяющая коммуникационная характеристика интернет-коммуникации.
11. Понятие мультимедиа.
12. Интернет-гипертекст: концепция, характеристики, особенности версий 1.0, 2.0.
13. Интернет-гипертекст в системе текстов.
14. Трансформации Интернета в XXI веке и стратегии профессиональной коммуникации.
15. Новейшие итерации интернет-коммуникации: концепции Т. Бернерса-Ли и О'Рейли.
16. Понятие коммуникационного риска в Интернете. Классификация рисков.
17. Интернет-коммуникация в структуре коммуникативного знания.
18. Интеграция коммуникаций в Интернете.
19. Конвергентная коммуникация в Интернете.
20. Аудитория Интернета.
21. Аудитория как субъект интернет-коммуникации.
22. Интернет и концепция версий его развития.
23. Особенности коммуникации веб 2.0.
24. Особенности коммуникации веб 3.0.
25. Коммуникационный процесс в Интернете.
26. Модели интернет-коммуникации и изменение парадигм профессиональной коммуникации.
27. Типология коммуникации в Интернете.
28. Теоретические аспекты и практика интернет-коммуникации в коммерческой сфере.
29. Интернет-коммуникация в некоммерческой сфере.
30. Блог корпорации как инструмент формирования внешнего и внутрикорпоративного имиджа.
31. Электронная почта как инструмент внутренней и внешней коммуникации.
32. Мессенджеры как инструмент внутренней и внешней коммуникации.
33. Медиакоммуникация в Интернете.
34. Социальные и асоциальные эффекты коммуникации в Интернете.
35. Культура профессиональной коммуникации в Интернете.
36. Эффективность профессиональной интернет-коммуникации и методы ее повышения.

ПРОТОКОЛ СОГЛАСОВАНИЯ УЧЕБНОЙ ПРОГРАММЫ УВО

Название учебной дисциплины, с которой требуется согласование	Название кафедры	Предложения об изменениях в содержании учебной программы УВО по учебной дисциплине	Решение, принятое кафедрой, разработавшей учебную программу
Коммуникации в системе международных отношений	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет, протокол №3 от 09.10.2020
Брендинговые корпоративные коммуникации	Технологий коммуникации и связей с общественностью	Изменений не требуется	Замечаний нет, протокол №3 от 09.10.2020