

Министерство науки и высшего образования Российской Федерации  
НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ТОМСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ (НИ ТГУ)

Факультет психологии

УТВЕРЖДАЮ:  
Декан факультета психологии

  
Д.Ю. Баланев

«20» июня 2023 г.

Рабочая программа дисциплины

**Практическая журналистика и редактирование**

по направлению подготовки

**42.03.01 «Реклама и связи с общественностью»**

Направленность (профиль) подготовки:

**«Работа с социальными медиа»**

Форма обучения

**Очная**

Квалификация

**Бакалавр**

Год приема

**2023**

Код дисциплины в учебном плане: **Б1.О.37**

СОГЛАСОВАНО:

Руководитель ОП

  
И.П. Кужелева-Саган

Председатель УМК

  
Э.А. Щеглова

Томск – 2023

Цель и планируемые результаты освоения дисциплины

Целью освоения дисциплины является формирование следующих компетенций:

ПК-5 Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента.

УК-4 Способен осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках.

Результатами освоения дисциплины являются следующие индикаторы достижения компетенций:

ИПК-5.3 Владеет технологией создания журналистских текстов с учетом их тематической, содержательной и структурно-композиционной спецификой; осуществляет выбор методов редактирования журналистских материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла

ИУК-4.1 Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий (ИКТ)

**1. Код и наименование дисциплины**

Б1.О.37 «Практическая журналистика и редактирование»

**2. Место дисциплины в структуре ООП бакалавриата**

Дисциплина относится к Обязательной части ОПОП.

**3. Год и семестр обучения.**

4 курс, 7 семестр.

**4. Входные требования для освоения дисциплины, предварительные условия.**

Для успешного формирования компетенции студент должен **знать/ понимать:**

**Знать:**

– основы формирования принципов создания различных видов текста, совокупность правил в сфере связей с общественностью, навыки адаптации авторского текста к заданному контенту, а также навыки создания текста по предоставленным фактическим данным (копирайтинг);

– закономерности процесса планирования в рамках реализации проекта, направленного на решение общественно значимой задачи, совокупность приемов конструирования бренда и создания продукта репутационного менеджмента;

– принципы работы с веб-сервисами и правила использования в конкретных мероприятиях (условиях) новых возможностей, которые открываются программной системой;

– принципы использования методов и инструментов для создания и актуализации в соответствии с внешними обстоятельствами имиджа социального субъекта в сети Интернет.

**Уметь:**

– адаптировать рекламный контент к различным видам СМИ, использовать механизмы обмена информацией в рамках взаимодействия с общественными организациями, обрабатывать контент, используя инструменты копирайтинга, для разных видов СМИ;

– актуализировать организацию мероприятий под конкретные коммуникационные задачи, использовать инструменты брендинга для продвижения субъекта социальных коммуникаций, а также инструменты репутационного менеджмента в практической деятельности;

– применять возможности веб-сервисов в построении конкретных коммуникаций и решении задач в рамках конкретных мероприятий.

**Владеть:**

– навыками использования технологий управления общественным мнением и создания имиджа социального субъекта.

**5. Общая трудоемкость дисциплины: 3 зачетные единицы**

<b>Вид учебной работы</b>	<b>7 семестр</b>
Общая трудоемкость дисциплины	<b>108 ч</b>
<b>Аудиторные занятия (всего)</b>	<b>28 ч</b>
В том числе:	
Лекции	4 ч
Практические занятия	24 ч
<b>Самостоятельная работа</b>	<b>78.35</b>
Самостоятельная проработка теоретических вопросов и выполнение практических заданий	44 ч
Форма промежуточной аттестации: консультации и подготовка к экзамену	<b>1.65 ч</b>

**6. Формат обучения.**

Дисциплина предполагает как контактную работу с обучающимися, так и самостоятельную работу студентов по изучению рекомендованной литературы, подготовке к семинарским занятиям, выполнению индивидуальных практических заданий.

**7. Планируемые результаты обучения по дисциплине, соотнесенные с планируемыми результатами освоения образовательной программы.**

<b>Формируемые компетенции (код компетенции, уровень (этап) освоения)</b>	<b>Планируемые результаты обучения по дисциплине</b>
<p><b>УК-4.</b> Способен осуществлять коммуникацию в устной и письменной формах на государственном языке Российской Федерации и иностранных языках</p> <p><b>ИУК-4.1.</b> Осуществляет коммуникацию, в том числе деловую, в устной и письменной формах на русском языке, в том числе с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>	<p><b>РО-ИУК-4.1.</b> Обучающийся должен уметь осуществлять профессиональную коммуникацию с использованием информационно-коммуникационных технологий</p>
<p><b>ПК-5.</b> Способен планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента</p> <p><b>ИПК-5.3.</b> Владеет технологией создания журналистских текстов с учетом их тематической, содержательной и структурно-композиционной спецификой; осуществляет выбор методов редактирования журналистских материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла</p>	<p><b>РО-ИПК-5.3.1</b> Обучающийся должен знать принципы создания рекламных текстов, теорию связей с общественностью, основы литературного редактирования и копирайтинга</p> <p><b>РО-ИПК-5.3.2</b> Обучающийся должен уметь создавать рекламные тексты для различных СМИ (печатные, цифровые, соцсети); формировать взаимодействие с общественными организациями, редактировать контент, посредством копирайтинга создавать материалы для СМИ</p>

**8. Содержание дисциплины и структура учебных видов деятельности**

№	Раздел дисциплины	Всего часов	Виды учебной работы, и трудоемкость (в часах)			Формируемые компетенции
			Л	ПЗ	СРС	
1	Раздел 1. Журналистика и PR как виды творческой деятельности					
1.2	Творческий процесс в журналистике и PR. Методы журналистского творчества.	4	2		2	ИУК-4.1.

	Специфика редакторской деятельности в средствах массовой информации.					
1.3	Основы жанрового деления в современной журналистике	4	2		2	ИУК-4.1.
<b>2</b>	<b>Раздел 2. Создание и редактирование журналистских текстов</b>					
2.1	Новостные жанры. Заметка. Анализ выполненных текстов	18		4	14	ИПК-5.3.
2.2	Новостные жанры. Репортаж. Анализ выполненных текстов	18		4	14	ИПК-5.3.
2.3.	Особенности интервью как метода сбора информации в практической деятельности журналиста и медиакоммуникатора. Анализ выполненных текстов	16		4	12	ИПК-5.3.
2.4	Аналитические жанры: рецензия. Анализ выполненных текстов	16		4	12	ИПК-5.3.
2.5.	Художественно-публицистические жанры: портретная зарисовка. Портрет как средство характеристики персоналия. Структура, композиция, динамика, форма описания. Анализ выполненных текстов	16		4	12	ИПК-5.3.
2.6	Журналистские жанры и PR. Адаптация жанров. Подведение итогов, представление собственного проекта	16		4	12	ИУК-4.1.
	<b>ИТОГО</b>	<b>108</b>	<b>4</b>	<b>24</b>	<b>80</b>	

### **9. Перечень учебно-методического обеспечения для самостоятельной работы обучающихся по дисциплине и методические указания для обучающихся по освоению дисциплины.**

Самостоятельная работа студентов направлена на решение следующих задач:

- 1) выработка навыков восприятия и анализа профессиональной информации;
- 2) развитие и совершенствование способностей к принятию решений и их реализации;
- 3) развитие и совершенствование творческих способностей при самостоятельном изучении тем дисциплины.

На лекциях рассматриваются основные вопросы, связанные с журналистикой как формой творческой деятельности, дается представление о литературном редактировании и других профессиональных знаниях в сфере практической журналистики. Для углубленного изучения рекомендуется изучение литературы и источников, представленных в списке обязательных и рекомендованных изданий.

Для подготовки к семинарским занятиям необходима подготовка собственных материалов, выборка из текстов современных печатных или интернет-изданий, аналитическое прочтение рекомендуемых текстов в соответствии с разработанным планом занятия.

Виды учебных занятий	Организация деятельности студента
Лекция	Написание конспекта лекций: кратко, схематично, последовательно фиксировать основные положения, выводы, формулировки, обобщения; пометить важные мысли, выделять ключевые слова, термины. Проверка терминов, понятий с помощью энциклопедий, словарей, справочников с выписыванием толкований в тетрадь. Обозначить вопросы, термины, материал, который вызывает трудности, пометить и попытаться найти ответ в рекомендуемой литературе. Если самостоятельно не удастся разобраться в материале, необходимо сформулировать вопрос и задать преподавателю на консультации, на семинарском занятии
Семинарские занятия	Прочитать план предстоящего семинарского занятия, подготовиться в соответствии с поставленными вопросами. Выполнить задания, которые предлагаются для подготовки к семинару. При необходимости проанализировать необходимые тексты, выделить ключевые моменты, отметить цитаты, которые могли бы быть использованы при ответе. Желательно ознакомиться с дополнительной литературой по изучаемой теме
Подготовка к зачету с оценкой	При подготовке к зачету с оценкой необходимо ориентироваться на конспекты лекций, рекомендуемую литературу и др.

Для развития навыков самостоятельной работы студенты выполняют задания, самостоятельно обращаясь к учебной, справочной и научно-методической литературе. Проверка выполнения заданий осуществляется на семинарских занятиях с помощью устных выступлений студентов и их коллективного обсуждения.

Для развития и совершенствования коммуникативных способностей студентов организуются специальные учебные занятия в виде «диспутов» или «конференций», при подготовке к которым студенты заранее распределяются по группам, отстаивающим ту или иную точку зрения по обсуждаемой проблеме.

#### **Темы для самостоятельной работы:**

1. Журналистика и PR как виды творческой деятельности.
2. Работа над авторским текстом, виды редактирования.
3. Возможности онлайн-проверки текстов с помощью справочных ресурсов: [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru), [www.gramma.ru](http://www.gramma.ru); онлайн-сервисов для редакторов и корректоров: [glvrd.ru](http://glvrd.ru), [text.ru](http://text.ru), [orfogrammka.ru](http://orfogrammka.ru) и др.
4. Поиск темы и сбор информации. Понятие информационного повода.
5. Жанры практической журналистики. Новость, заметка.
6. Жанры практической журналистики. Репортаж.
7. Жанры практической журналистики. Интервью.
8. Жанры практической журналистики. Портретная зарисовка.
9. Жанры практической журналистики. Рецензия.
10. Блоги и практическая журналистика.

#### **10. Форма промежуточной аттестации и фонд оценочных средств.**

Формой промежуточной аттестации является зачет с оценкой по итогам седьмого семестра.

Фонд оценочных средств с картами компетенций в Приложении 1.

#### **Методические материалы, определяющие процедуры оценивания результатов обучения**

Формирование компетенций УК-4.1, ПК-5.3 осуществляется в процессе изучения теоретического материала, выполнения практических заданий.

Условием допуска к зачёту с оценкой является выполнение всех практических заданий.

Критерии оценки уровня овладения студентами компетенций на этапе экзамена:

1) знание принципов создания журналистских текстов, основ литературного редактирования и копирайтинга;

2) знание закономерностей процесса планирования в рамках реализации проекта, направленного на решение общественно значимой задачи, совокупность приемов конструирования бренда и создания продукта репутационного менеджмента

3) умение планировать, координировать и осуществлять оценку эффективности работы по созданию и редактированию контента;

4) умение создавать рекламные тексты для различных СМИ (печатные, цифровые, соцсети); формировать взаимодействие с общественными организациями, редактировать контент, посредством копирайтинга создавать материалы для СМИ;

5) владение технологией создания журналистских текстов с учетом их тематической, содержательной и структурно-композиционной спецификой; осуществляет выбор методов редактирования журналистских материалов для наиболее полного раскрытия авторского замысла.

**Оценка «отлично»** ставится, если обучающийся при ответе на вопросы билета продемонстрировал владение на высоком уровне учебным материалом в рамках содержащихся в билете вопросов. Ответ обучающегося отличала полнота, конкретность и внутренняя логика.

**Оценка «хорошо»** ставится, если обучающихся при ответе на вопросы билета продемонстрировал владение учебным материалом в рамках вопросов билета. При этом при ответе студент допустил некоторые неточности, не имеющие принципиального характера, которые обучающийся смог исправить после соответствующих замечаний преподавателя, или незначительно была нарушена внутренняя логика ответа.

**Оценка «удовлетворительно»** выставляется, если при ответе на вопросы билета обучающийся продемонстрировал общее понимание и владение учебным материалом, но допустил незначительное количество ошибок или, если были выявлены незначительные проблемы в знаниях основных вопросов программы. Вместе с тем студент оказался неспособен ответить на дополнительные вопросы экзаменатора, продемонстрировал недостаточное знакомство с основной и дополнительной литературой. Структура ответа не соответствовала требованию логичности изложения.

**Оценка «неудовлетворительно»** ставится, если обучающийся при ответе на вопросы билета продемонстрировал незнание или непонимание учебного материала, неспособность ответить на дополнительные вопросы преподавателя. Также оценка «неудовлетворительно» ставится в случае нарушения обучающимся процедуры экзамена.

## **Вопросы для подготовки к зачет с оценкой по итогам 7 семестра**

### **Тема 1. Понятие творчества в журналистике и PR**

- Определите понятие «творчество».
- Любительская и профессиональная формы творческой деятельности: чем они отличаются друг от друга?

### **Тема 2. Стадии и этапы творческого процесса.**

- Зачем нужно знать о теории – о стадиях и этапах творческого процесса?
- Назовите 2 стадии творческого акта в журналистике
- Перечислите этапы, входящие в стадию получения информации
- Перечислите этапы, входящие в стадию образования текста
- Зачем нужен этап авторского редактирования текста?

### **Тема 3. Методы журналистской работы**

- Назовите элементы существующей сети информирования о событиях

- Три типа источников информации: назовите их.
- Перечислите традиционные методы творчества сбора информации
- Чем отличается обыденное наблюдение от наблюдения как метода сбора информации?

- В чем плюсы и минусы эксперимента как метода сбора информации?
- Перечислите виды интервью. В чем состоит специфика этого метода?

### **Тема 3. Жанры журналистики**

- Авторов каких жанровых теорий вы знаете?
- Дайте определение жанра.
- Перечислите информационные жанры журналистики.
- Перечислите аналитические жанры журналистики.
- Перечислите художественно-публицистические жанры журналистики.
- Информационный повод: теория и практика

## **11. Ресурсное обеспечение:**

### **Список основной литературы**

1. Гордиенко, Т. В. Журналистика и редактирование: учебное пособие / Т.В. Гордиенко. М. : ИД «ФОРУМ» : ИНФРА-М, 2020. 176 с. URL: <https://znanium-com.ez.lib.tsu.ru/catalog/product/1048493>

2. Колесниченко, А. В. Техника и технология СМИ. Подготовка текстов : учебник и практикум / А.В. Колесниченко. М. : Юрайт, 2018. 292 с. URL: <http://www.biblio-online.ru.ez.lib.tsu.ru/book/70540EE3-8E4F-4C71-AFDE-6E711F47BFC2>

3. Технология сбора информации: учебное пособие / Том. гос. ун-т, [Ин-т дистанционного образования] ; авт.-сост. В. Н. Титова, И. Ю. Мясников. Томск : [ИДО ТГУ], 2010. URL: <http://edu.tsu.ru/eor/resource/154/tpl/index.html>

4. Ильченко С. Н. Интервью в журналистике : спецкурс : [учебное пособие для студентов бакалавриата, обучающихся по направлению подготовки "Журналистика"] / С. Н. Ильченко. - Москва : Кнорус, 2019. - 270 с. - ( Бакалавриат )

5. Коханова Л. А. Основы теории журналистики в 2 ч. Часть 2 : Учебник для вузов / Коханова Л. А., Калмыков А. А.. - Москва : Юрайт, 2022. - 239 с - ( Высшее образование ) . URL: <https://urait.ru/bcode/490516>. URL: <https://urait.ru/book/cover/243087E0-3AF5-4CC7-AD32-6A477BAD3B00>

6. Авдоница Н. С. Новостная интернет-журналистика : Учебное пособие для вузов / Авдоница Н. С.. - Москва : Юрайт, 2022. - 183 с - ( Высшее образование ) . URL: <https://urait.ru/bcode/496937>. URL: <https://urait.ru/book/cover/2C13B362-149E-43FF-8255-7A08F423E616>

7. Белановский С. Глубокое интервью и фокус-группы : Учебно-методическая литература. - Москва : ООО "Научно-издательский центр ИНФРА-М", 2019. - 377 с.. URL: <http://znanium.com/catalog/document?id=344899>. URL: <https://znanium.com/cover/1044/1044404.jpg>

8. Ким М. Н. Жанры печатных и электронных СМИ : [учебник для студентов вузов, обучающихся по направлению 031300 "Журналистика"] / М. Н. Ким, Е. М. Пак. - Санкт-Петербург [и др.] : Питер, 2020. - 445, [1] с.: табл. - ( Серия "Учебник для вузов" ) - ( Стандарт третьего поколения ) - ( Для бакалавров )

### **Список дополнительной литературы**



1. Балакина Ю. Ю. Организация и управление специальными событиями как один из инструментов маркетинговых коммуникаций // Экономика и предпринимательство. - 2018. - № 8. - с. 675–679. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=35176002&>
2. Кондратьева, О. Н. Типология пользователей социальных сетей в метафорическом зеркале российских масс-медиа / О.Н. Кондратьева // Филологический Класс. 2020. № 1. С. 62–72. URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=42818253&>
3. Тулякова Е. И. Корректурa : учебно-методическое пособие : [для бакалавров вузов по направлению 035000 "Издательское дело" : в 2 ч.]. Ч. 1 / Е. И. Тулякова, А. И. Миляков ; Том. гос. ун-т. - Томск : Издательский Дом Томского государственного университета, 2014. - 53 с.: ил. - URL: <http://vital.lib.tsu.ru.ez.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000491606>
4. Сбитнева, А. А. Литературное редактирование: история, теория, практика : учебное пособие / А. А. Сбитнева. — 3-е изд., стер. — Москва : ФЛИНТА, 2016. — 208 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/85947>
5. Гойхман, О. Я. Организация и проведение мероприятий : учебное пособие / О.Я. Гойхман. — 3-е изд., перераб. и доп. — Москва : ИНФРА-М, 2021. — 194 с. - URL: <https://znanium-com.ez.lib.tsu.ru/catalog/product/1071381>
6. Литвиненко В.А. Event-технологии как инструмент реализации социально-культурных проектов в креативных индустриях / А.В. Литвиненко, И.А. Герасимова // Вестник Московского Государственного Университета Культуры и Искусств. - 2018. - № 2. - с. 181–192. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=35370422&>
7. Вершинина А.Г. Событийный маркетинг: сущность и возможность применения, как механизма продвижения товаров и услуг в РФ / А.Г. Вершинина, В.С. Просалова, Е.Н. Смольянинова // Азимут научных исследований: экономика и управление. - 2017. - т. 6. - № 4. - с. 71–74. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=32351163&>
8. Редактирование: практикум : учебное пособие / составитель И. И. Санникова. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 112 с. - URL: <https://e.lanbook.com/book/72690>
9. Сурикова, Т. И. Литературное редактирование текстов средств массовой информации : учебное пособие / Т.И. Сурикова. — Москва : ИНФРА-М, 2020. — 152 с. + Доп. материалы [Электронный ресурс]. - URL: <https://znanium-com.ez.lib.tsu.ru/catalog/product/1069186>
10. Анохина С.П. Имидж субъекта в рекламном дискурсе. // Теоретические и прикладные аспекты изучения речевой деятельности. - 2013. - т. 8. - № 1. - с. 6–14. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=19106873&>
11. Щитова Д. А. Интервью как способ создания имиджа // Вестник Томского государственного университета. Филология. - 2012. - № 4 (20). - с. 146-153. - URL: <http://vital.lib.tsu.ru.ez.lib.tsu.ru/vital/access/manager/Repository/vtls:000439338>
12. Топчий И.В. Комментарий в социальных медиа // Знак: Проблемное поле медиаобразования. - 2020. - № 2 (36). - с. 157–162. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=42867719>
13. Галкина Н.П. Анализ материалов в виртуальном медиа-пространстве как способ формирования критического мышления интернет-пользователей // Вестник Санкт-Петербургского Университета МВД России. - 2020. - № 1. - с. 189–94. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=42642507&>
14. Базылова Б.К. Модель жанра литературного портрета и его структура. // Международный Журнал Экспериментального Образования. - 2015. - № 2–2. - с. 153–56. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=22868236>
15. Шевченко Н.М. Особенности языкового портрета // Вестник РУДН. Теория языка. Семиотика. Семантика. - 2014. - № 2. - С. 33-39. - URL: <http://journals.rudn.ru/semiotics-semantics/article/view/7466/6919>
16. Демичева К.А. Понятие и классификация социальных сетей в контексте взаимодействия в сети интернет. // International Scientific Review. - 2015. - № 3. - с. 79–82. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=23556201>

17. Колодин Д.В. Типология интернет-коммуникационных технологий в соответствии с их социальными функциями // В мире научных открытий. - 2013. - № 41.1. - с. 249–266. - URL: <http://search.ebscohost.com.ez.lib.tsu.ru/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=89171982&lang=ru&site=ehost-live>
18. Интернет-дискурс: Компьютерно-опосредованная коммуникация : учебное пособие. — 2-е изд. — Москва : ФЛИНТА, 2015. — 288 с. - URL: <https://e-lanbook-com.ez.lib.tsu.ru/book/74582>
19. Ошмарина Е.А. Новые тренды в коммуникации бренда и покупателя: контент, генерируемый пользователем в цифровой среде, и визуальная коммерция // Маркетинг и маркетинговые исследования. — 2019. — № 1. — С.20 -URL: <https://grebennikon-ru.ez.lib.tsu.ru/article-h7hm.html?>
20. Гурцкая Б.Т. Продвижение продуктов с помощью smm. / Б.Т. Гурцкая, П.А. Меренкова // E-Scio. - 2020. - № 1. - с. 294–303. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=42500977&?>
21. Терских М.В. Инструменты рекламного продвижения в сети Instagram: жанровые и языковые особенности. // Научный Диалог. - 2020. - № 6. - с. 178–89. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=43024345&?>
22. Пономарёва Е. А. Бренд-менеджмент : учебник и практикум / Пономарёва Е.А. - Москва : Юрайт, 2018. - 341 с. - URL: <http://www.biblio-online.ru.ez.lib.tsu.ru/book/172BC42F-8634-4568-889B-F5AEFD8624BC>
23. Шадрина, Л.Ю. Семь правил эффективного бренд-маркетинга. // Инновационная Наука. - 2016. - № 2–2. - с. 139–141. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=28144156&?>
24. Ноздрин Н.И. Самореализация личности посредством ведения блога // Международный Научно-Исследовательский Журнал. - 2014. - № 2–2. - с. 104–105. - URL: [research-journal.org/wp-content/uploads/2014/03/2-2-21.pdf](http://research-journal.org/wp-content/uploads/2014/03/2-2-21.pdf)
25. Гарифуллин В. З. Роль блогосферы в развитии национального интернет-пространства. / В.З. Гарифуллин, Л.Р. Закиров // Ученые записки Казанского Университета. Серия Гуманитарные Науки. - 2018 - т. 160. - № 4. - с. 872. - URL: <http://search.ebscohost.com.ez.lib.tsu.ru/login.aspx?direct=true&db=edb&AN=137886235&lang=ru&authtype=ip.guest&profid=eds&custid=s4457193&groupid=main>
26. Лабойкова Я.В. Ведение корпоративного блога как средство рекламы компании / Я.В. Лабойкова, Ю.И. Дубова // Известия Волгоградского Государственного Технического Университета. - 2017 - № 15. - с. 80–84. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=32277685&?>
27. Ольшевский Д. Smm-продвижение как эффективный инструмент интернет-маркетинга. // Наука и инновации. - 2017. - № 9 (75). - с. 59–63. - URL: <http://search.ebscohost.com.ez.lib.tsu.ru/login.aspx?direct=true&db=asn&AN=126518566&lang=ru&site=ehost-live>
28. Дементьева А. О. Smm в маркетинге // StudNet. - 2019. - №4. - с. 45-47. - URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/smm-v-marketinge>
29. Пядышева Т.Г., Чепурова И.Ф. Этапы продвижения услуг в социальных сетях // Социально-экономические явления и процессы. - 2017 - т.12 - № 6. - с. 266–272. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=32389123&?>
30. Шипман, М. Научная коммуникация: Руководство для научных пресс-секретарей и журналистов: практическое руководство / Шипман Москва - М.:АЛЬПИНА, 2018. - 186 с. - URL: <https://znanium-com.ez.lib.tsu.ru/catalog/product/1002797>
31. Витковская, Н.Г., Исакова Т.Б. Некоторые особенности блога как жанра журналистики (на примере социальной сети ‘Инстаграм’). / Н.Г. Витковская, Т.Б. Исакова // Вестник Волжского Университета Им. В.Н. Татищева. - 2020 - № 2. - с. 119–127. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=42920762&?>

32. Колесниченко А.В., Практическая журналистика: 15 мастер-классов: учебное пособие / Колесниченко А.В. - Москва : Аспект Пресс, 2017. - 112 с. - URL: <https://www-studentlibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/book/ISBN9785756708226.html>

33. Кириллов А.Г. Трансформация жанра блога в программах обмена мгновенными сообщениями. // Жанры Речи. 2017 - № 2. – с. 260–267. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=32580892&>

34. Наниева, Л.В. Блоггинг как новый механизм рекламы и продвижения товара / Л.В. Наниева, З.Х. Бекмурзаева // Russian Economic Bulletin. - 2020. - №. 2.- с. 93–96. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=42724584&>?

35. Санин М.К., Барков Е.И. Эффективность блоггинга как маркетингового инструмента / М.К. Санин, Е.И. Барков // Научный Журнал НИУ ИТМО. Серия: Экономика и Экологический Менеджмент. - 2016. – № 2. – с. 107–112. - URL: <https://www-elibrary-ru.ez.lib.tsu.ru/item.asp?id=26146174&>

### **Информационные ресурсы сети интернет**

1. Научная библиотека Томского государственного университета [Электронный ресурс]. Электрон. дан. URL: <http://www.lib.tsu.ru/ru>
2. [www.gramota.ru](http://www.gramota.ru)
3. , [www.grammar.ru](http://www.grammar.ru)
4. [glvrd.ru](http://glvrd.ru), [text.ru](http://text.ru)
5. [orfogrammka.ru](http://orfogrammka.ru)

### **Перечень информационных технологий, используемых при осуществлении образовательного процесса, включая программное обеспечение**

В образовательном процессе используется компьютерный класс, оснащенный компьютерной техникой с возможностью подключения к сети Интернет и обеспечением доступа в электронную информационно-образовательную среду ТГУ. Установлены интерактивные доски.

Имеются полные пакеты следующих программ: Adobe reader XI, DAEMON tools lite, GIMP, Microsoft office 2010, Microsoft visual C++, My TestXP, Realtek Ethernet Controller Driver, WinRAR, Yandex, Google Chrome, Агент администрирования Kaspersky Security Center, Statistica.

### **Описание материально-технической базы.**

Для проведения лекционных, семинарских занятий и для самостоятельной работы студентов используются учебные аудитории, укомплектованные специализированной мебелью, мультимедийным оборудованием.

### **12. Язык преподавания.**

Русский

### **13. Преподаватель (разработчики).**

Авторы: К.Г. Шилько, Главный редактор Издательство Томского государственного университета, Н.В.Жилякова, доктор филол. наук, зав.кафедрой теории и практики факультета журналистики НИ ТГУ.

Рецензент: И. П. Кужелева-Саган, д.филол.н., профессор, заведующая кафедрой социальных коммуникаций факультета психологии НИ ТГУ

