Муниципальное бюджетное нетиповое общеобразовательное учреждение
«Гимназия № 70»

Принято педагогическим советом
Протокол № 2 от 30.08.2018 г.
УТВЕРЖДАЮ
Директор МБ НОУ «Гимназия № 70»
_____ И. А. Болдырева
Приказ № 258/1 от «31» 08 2018 г.

Программа внеурочной деятельности «Интернет-журналистика» 7 класс

Составители:
Керенская С. А.,
учитель русского языка и литературы
МБ НОУ «Гимназия № 70»,
Черемушкина М. М.,
учитель информатики
МБ НОУ «Гимназия № 70»

Новокузнецк
2018

Личностные и метапредметные результаты освоения курса внеурочной деятельности

Процесс изучения дисциплины направлен на формирование элементов следующих компетенций:

а) общекультурных:

- способности понимать сущность и значение информации в развитии современного информационного общества, сознавать опасности и угрозы, возникающие в этом процессе, соблюдать основные требования информационной безопасности, в том числе защиты государственной тайны;
- способности ориентироваться в современной системе источников информации в целом и по отдельным отраслям знаний и сферам общественной практики, знание и умение владеть основными методами, способами и средствами получения, хранения, переработки информации, умение использовать различные программные средства, базы данных, работать в Интернете и использовать его ресурсы, пользоваться поисковыми системами, работать с информацией в глобальных компьютерных сетях;

б) профессиональных:

- знания возможностей электронных баз данных, методов работы с ними, способов участия в их создании;
- осведомленности о наиболее распространенных форматах печатных изданий, теле-, радиопрограмм, интернет-СМИ, ориентации в современной жанровой и стилевой специфике;
- знания методов редактирования текстов СМИ, основанных на использовании новых технологий;
- способности редактировать печатный текст, аудио-, видео- или интернет-материал, приводить его в соответствие с нормами, стандартами, форматами, стилями, технологическими требованиями, принятыми в СМИ разных типов;
- готовности осуществлять селекцию, редактирование, компоновку, перепакетирование и ретрансляцию информации, получаемой из Интернета или поступающей от информационных агентств, других СМИ, органов управления, служб изучения общественного мнения, PR- и рекламных агентств, аудитории.

В результате освоения дисциплины обучающийся должен:

знать:

- структуру существующих источников информации, возможности архивов, электронных каталогов и баз данных, методы поиска информации;
- базовые принципы разработки концепции модели издания, теле- или радиопрограммы, рубрики, методы их анализа и коррекции;
- главные отличительные черты различных средств массовой информации (пресса, телевидение, радиовещание, информационные агентства, интернет-СМИ, мобильные медиа), типов и видов СМИ, их базовые типологические признаки: функции, аудитория, принципы формирования содержания (контента), методы работы журналиста;
- современную технику и новейшие технологии, используемые в печати, на телевидении, радиовещании, интернет-СМИ, мобильных масс-медиа;

уметь:

- осуществлять профессиональную деятельность с учетом специфики средства массовой информации (печать, ТВ, РВ, Интернет-СМИ, мобильные медиа), его конкретного типа, вида и готовить журналистские материалы в соответствии с их форматами и особенностями аудитории, осуществлять взаимодействие с ней;
- работать в электронной сети;
- использовать в профессиональной деятельности цифровые и IT-технологии, пользоваться основными операционными системами, программным обеспечением,

необходимым для создания и обработки текстов, визуальной, аудио- и аудиовизуальной информации, системами передачи и обмена информацией, использовать в профессиональной работе мобильную связь;

Владеть:

- навыками подготовка медиапродукта в разных знаковых системах (вербальной аудио-, аудиовизуальной, фото, графической) для размещения на различных мультимедийных платформах;
- методами агрегации, переупаковки и ретрансляции информации, полученной из сети интернет, информационных агентств, аудитории, органов управления, неправительственных организаций, служб изучения общественного мнения, рекламных и PR-агентств;
- разнообразными методами сбора информации (технологией интервью, наблюдения, работы с документами), их проверки, селекции и анализа, использовать методы прецезионной журналистики (методику «фокус-групп).

Формы организации и виды деятельности: групповые занятия, дискуссии, проектно-поисковая деятельность, презентации.

Система достижения результатов. Критерии оценки результатов

Система оценки результатов	Индивидуальная оценка	Коллективный результат
Форма предоставления результатов	Участие в мероприятиях различного уровня. Участие в олимпиадах дипломы, сертификаты, награды и пр. Самоанализ	Творческий отчет, презентации, защита проектов. Награды, сертификаты, поощрения

Содержание программы внеурочной деятельности

1. Основы интернет-журналистики

Профессиональная этика журналиста

Этические принципы профессиональной журналистики. Правдивость информации, её точность и объективность. Нормативно-правовая база, регулирующая поведение журналиста. «Журналистика чековой книжки».

Мультимедийная журналистика, роль и место в СМИ, особенности функционирования

Мультимедийная журналистика как медиапродукт. История термина «мультимедиа», «мультимедийная журналистика». Роль мультимедийной журналистики, функции.

Роль интернет-журналистики в общественно-политической жизни государства

«Великий арбитр», «четвертая власть». Функции и способы привлечения внимания. Информационное пространство государства.

Интернет-журналистика: ее специфика и характерные черты

Интернет-журналистика как новая разновидность журналистики. Официальный / неофициальный статус СМИ. Индивидуализация журналистики.

Информационное общество: понятие и характеристика

Информационное общество и индустриальное общество: различия. Черты информационного общества. Опасности информатизации.

Информирование и коммуницирование

Понятия «информирование», «коммуницирование». Способы и средства информирования.

Редакция интернет-издания

Понятие «редакция». Редакция интернет издания.

Жанры в интернет-журналистике

Информационный (новостная заметка, репортаж, интервью и др.), аналитический (статья) и художественно-публицистический (очерк, фельетон и др.) жанры интернет-журналистики.

Правовые основы интернет-журналистики

Свобода информации. Государственная тайна. Конфиденциальная информация.

Текст как энциклопедия и как архив

Что такое текст в журналистике. Отражение действительности в журналистском тексте. Структура текста.

Интернет-лексика. Специфика новояза

Виртуальное общение. Современный «новый язык». Интернет-сленг. Изменение в современном русском языке.

Психологические особенности веб-коммуникации

Особенности общения в сети Интернет. Коммуникативные «сбои» восприятия в Интернете. Психологические особенности интернет-коммуникации.

Собственная публикация как источник информации

Дискуссия в сети как реакция на размещенную публикацию. Рейтинг публикации. Интернет-статья как источник информации. Обратная связь. Редактирование уже размещенного материала. Вики-сайты. Публикация как средство творческого самопознания автора.

Основные тенденции развития СМИ

СМИ как «зеркало» социальных, политических и экономических процессов. СМИ как институт. Глобализация информации. Взаимосвязь и взаимозависимость журналистики и экономики. Пропагандистская функция СМИ. Постоянное обновление форм передачи журналистской продукции. Мгновенное донесение информации до значительной части аудитории. Особые возможности СМИ – реклама, формирование общественного мнения. Медиакорпорации.

Процессы дигитализации в СМИ как фактор глобализации

Понятие дигитализации. Телекоммуникации: виды, функции. Функции дигитализации.

Профессиональный образ мультимедийной журналистики

Характеристика мультимедийной логики в журналистике. два способа определения сути мультимедиа в журналистике. Представление пакета новостей на сайте с

использованием двух или более медийных форматов. Интерактивные и гипертекстовые элементы. Интегрированная презентация пакета новостей посредством различных средств: электронная почта, SMS, MMS, радио, телевидение, телетекст, печатные газеты и журналы. Мультимедийные проекты в сфере журналистики. Примеры профессиональной мультимедийной журналистики.

Особенности языка мультимедийной журналистики

Мультимедиаязык как сочетание различных языков (изображение, устная, письменная речь и др.). специфика взаимодействия различных элементов мультимедиаязыка (изображение и текст и др.).

Формы организации работы мультимедийной редакции

Организация работы новостной редакции на телевидении, радио, в газете. Специфика мультимедийной редакции. Концепция «универсального журналиста». Тематические отделы мультимедийной редакции. Принцип новостей.

Понятие конвергенции СМИ. Основные характеристики, цели, уровни

Понятие конвергенции СМИ. Конвергенция сетей, терминалов, услуг, рынков, жанров и форм, регулирования. Конвергентные редакции. Характеристики, цели, уровни конвергенции СМИ.

Проблемы этической и редакционной независимости в условиях конвергенции СМИ

Журналистская практика и этические нормы. Роль медиаэтики в цифровую эпоху. Этические вопросы медиажурналистики. Проверка достоверности информации. «Этическая полиция»: коллеги, редакторы, юристы и др.

Влияние мультимедийной журналистики на характер выполнения журналистом своей работы

Особенности подготовки мультимедийного журналиста. Характеристики современного мультимедиажурналиста.

Анализ характеристик деятельности профессиональных сетевых журналистов

Профессия журналиста как динамическая структура. Доступность профессии журналиста. Инновационные технологии работы журналиста.

Уровень культурной компетенции пользователей и создателей новостей

Уровень культурной компетенции пользователей: определение, характеристика. Самооценка своего пользовательского уровня. Уровень культурной компетенции создателей новостей: определение, характеристика. Влияние на уровень профессиональной самооценки журналиста.

Психологические особенности веб-коммуникации как сообщения

Особенности веб-коммуникации: анонимность, добровольность и желательность контактов, стремление к нетипичному, ненормативному поведению и др. Набор ценностей используемого языка, символов в сети Интернет. Интернет-зависимость. Положительные стороны интернет-коммуникации: развитие навыков общения, повышение удовлетворенности отношениями в реальной жизни. Журналистский текст как веб-коммуникация.

Потребитель как «активный» пользователь мультимедийного контента

Изменение свойств аудитории как пользователя контента: изменяются привычки пользователей, происходит перераспределение долей носителей информации в информационном суточном круге потребителя, возникает и исчезает мода и привязанности к тем или иным форматам и т.д. Критерии анализа пользования контентом (количество обращений с определенного IP-адреса, количество обращений с разных устройств и к разным платформам издания и др.). Разделение ответственности за качественное поведение аудитории.

Социальная журналистика в мультимедийном формате. Особенности функционирования. Темы, проблематика, формы подачи медиатекста

Социальная журналистика: определение, предмет и задачи, источники. Социальная мультимедиажурналистика: темы, проблематика.

Трансформация вещательной модели взаимодействия журналиста и аудитории. Децентрализация и демонополизация СМИ

Возникновение «альтернативной» непрофессиональной журналистики. Трансформация профессии журналиста. Сбор информации, анализ, комментирование и расследование. Взаимодействие «журналист и эксперт», «журналист и аудитория». Определение децентрализации и демонополизации СМИ.

Технология подборки и анализа тематических (проблемных) материалов, представленных в электронных СМИ. Анализ образцов

Анализ тематики материалов СМИ. Классификация. Проблемные материалы. Анализ нескольких образцов, представленных в сети Интернет.

Журналистские жанры текстов для интернет-сайтов

Журналистский жанр: определение. Журналистские жанры интернет-сайтов: заметка, информационное интервью, отчет, репортаж, корреспонденция. Работа над заголовком.

Стили журналистских текстов для интернет-сайтов

Понятие «журналистский стиль». Структура журналистского текста. «Жесткое» информирование, «мягкое информирование». Принцип «перевернутой пирамиды». Способы облегчения понимания текста. Различие между информацией и пропагандой.

Алгоритмы написания новостной информации, репортажей, интервью

Критерии отбора новостей. Значение и масштаб события. Участие в событии знаменитостей. «Человеческий» фактор. Близость события. Антиистория. Новость-цитата. Новость о длящемся событии. Многопредметная новость. Короткая новость. Расширение новости. «Мягкая» новость. Сущность репортажа. Репортаж событийный и тематический. Репортажная тема. Предварительный сбор информации. Наблюдение за происходящим. Красная нить. Язык репортажа. Планы в репортаже. Композиция репортажа. Драматургия репортажа. «Я» в репортаже. Репортаж о псевдособытии. Интервью: метод и жанр. Формы интервью. Роли собеседника. Событийное, экспертное и личностное интервью. Подготовка к интервью. Интервью личное и по телефону. Вопросы в интервью. 14 правил Джона Саватски. Развитие разговора. Приемы журналиста. Уловки собеседника. Расшифровка диктофонной записи. Согласование интервью. Репортажные элементы в интервью.

Алгоритмы построения предложений, работы с заголовком, подзаголовком, преамбулой и другими элементами текстов для интернет-сайтов

Шаблоны новостных заметок. Рекомендации по написанию текстов для интернет-сайтов от ведущих редакторов новостных издательств. Редактирование интернет-текстов: полнота и сбалансированность, контроль фокусировки, стилистическая вычитка. Виды правки: перестройка композиции, «рубка хвоста», сокращение абзацами, рерайт.

Основы работы с заголовком, подзаголовками

Функции заголовков: информативная и контактная. Привлечение внимания без искажения истины – главная задача заголовка. Заголовочный комплекс. «Нулевые» заголовки. Вопросительные и цитатные заголовки.

Основы создания преамбулы текста для сайта

Лид новостной заметки. Заголовок и лид репортажа. Заголовок и лид интервью.

Создание текста для школьного сайта. Анализ созданного текста

Сбор информации для текста. Прямые и отложенные лиды. Основной абзац. Концовка текста. Пример текста для школьного сайта и его анализ.

2. Технология создания мультимедийного СМИ

Журналистика в информационном обществе: краткая история Интернета

Периодизация исторического процесса на основании изменения способа информации. Информационное общество как среда для формирования современной журналистики. Признаки системы массовых коммуникаций. Взаимосвязь и взаимодействие информационного общества и журналистики. Интернет-журналистика как часть журналистики. Фактор виртуальности. Становление СМИ в сети Интернет.

Рекламные и рекламно-информационные интернет-издания

Понятие сетевого издания. Типология вебмедиа. Базовые понятия интернет-журналистики: вебиздание, интернет-СМИ, вебверсия СМИ. Гипертекстуальность.

Интернет и язык

Электронная форма речи. Экстралингвистические и лингвистические признаки электронной формы речи. Свойства интернет-языка: редукция этикетных клише, употребление междометий, сленг. Использование эмотиконов, картинок, аудиозаписей, мемов и др. Создание субъязыка: жаргон падонкафф (олбанский язык). Хейтерство. Граммар-наци.

Веб-технологии журналистики

Интернет-сервисы журналистики: e-mail, телеконференции, сервис FTP, сервис Telnet, World Wide Web, сервис DNS, сервис IRC. Интернет-технологии сбора информации: «Twitter», RSS, поиск по блогам, «WebMii». Обработка информации. Интернет-технологии распространения информации: интернет-радио, социальная сеть на своем сайте и др.

Свойства веб-публикаций

Свойства веб-публикаций: интерактивность, персональный подход, гибкость, взаимосвязанность, экономичность.

Виртуальная реальность и медиатехнологии

Понятие «виртуальная реальность». История виртуальной реальности. Типы систем, обеспечивающие формирование и вывод изображения в системах виртуальной реальности. Применение виртуальной реальности. Свойства виртуальной реальности виртуальная и дополненная реальность. Понятие «медиатехнологии». Медиатехнологии:

история, классификация, медиаобъекты. Типология медиа: ранние медиа, печатные медиа, электрические медиа, масс-медиа, цифровые медиа. Классификация медиатехнологий на основании созданных медиаданных.

Сайт как информационный организм

Понятие сайта. Функции и свойства сайтов. История создания сайтов. Понятие «гипертекст». Страница сайта как набор текстовых файлов, размеченных на языке HTML. Понятие «браузер». Доменное имя сайта. Оффлайновая версия сайта. Технологические особенности сайтов. Список сайтов по популярности.

Типы структур сайтов

Структура сайта как основа для выстраивания последовательности и формы отображения имеющихся данных на сайте. Виды структуры сайта: линейный, линейный с ответвлениями, древовидный, решетчатый.

Типология веб-изданий, сайтов

Типы интернет-ресурсов: по доступности сервисов, по физическому расположению, по схеме представления информации, ее объему и характеру решаемых задач.

Обзор платформ для создания сайтов

Обзор платформ для создания сайтов: «Wix», «Jimdo», «A5», «UMI», «SetUp», «uCoz» и др.

HTML – язык разметки гипертекста

Hyper Text Markup Language (HTML) как язык разметки гипертекста. Понятие «гипертекстовый документ». HTML-документ: текст, теги. Расширения .htm или .html. Структура HTML-документа. Гипертекстовая ссылка.

Понятие гипертекста, его классификация

История введения понятия «гипертекст». Основные характеристики гипертекста: фрагментарность, нелинейность, бесконечность, разнородность, интерактивность. Виды гиперссылок: внутренние, простые и расширенные, абсолютные, с визуально наблюдаемым указанием адреса, текстовые, внутритекстовые, ассоциативные, листовые, дискурсивные, сломанные.

Логика юзабилити

Понятие «юзабилити». Типология юзабилити. Основные различия юзабилити.

Структура гипертекста

Объекты гипертекста: текстовые, графические, музыкальные, видеообъекты. Структура гипертекста: информационный материал, тезаурус, список главных тем, алфавитный словарь.

Контент гипертекста

Контент как информационное наполнение ресурса (графика, текст, аудиоинформация, видеоролики, фотографии, картинки и т.д.). Создание контента в соответствии с правилами оптимизации веб-страниц и алгоритмами работы поисковых машин. Основные виды контента сайта: информационный, рекламный, пользовательский, сервисный. Уникальный и неуникальный контент. Копирайтинг.

Гипертекст и мультимедиа как основа современного новостного сюжета

Классификация жанров интернет-СМИ: мономедийные текстовые жанры (заметка, отчет, интервью и др.), мультимедийные текстовые жанры (вербально-визуальные, аудио-визуальные, вербально-аудио-визуальные тексты), мономедийные гипертекстовые жанры (аудиоверсия газетного или журнального номера), мультимедийные гипертекстовые жанры (интерактивный видеомост, мультимедийная презентация, мультимедийная статья и др.).

Программные инструменты веб-издания

Графические редакторы «Adobe Photoshop», «Macromedia FireWork», «Macromedia Flash». Утилита «XNView». Генератор текстур «BTexture». Менеджеры закачки «Gozila», «Reget». Оффлайн-браузеры «Teleport-pro», «Диско-качалка». Программа для преобразования и переименовывания файлов «Tiger Files Renamer». Индексатор файлов «Indexeler». Утилиты-перекодировщики «HTMLChanger», «RusCoder».

Целевая аудитория и контент интернет-сайтов

Классификация целевой аудитории сайта. Портрет целевого посетителя. Основные характеристики посетителя. Целевая аудитория и продвижение сайта. Значение контента в продвижении сайта.

Инструменты поиска информации

Поисковые инструменты как особое программное обеспечение, основная цель которого – обеспечить оптимальный поиск информации для пользователей сети Интернет. Функции поисковых инструментов. Интерфейс поискового инструмента. Индекс поисковой системы. Запрос. Схема поиска информации в сети Интернет. Формы запросов: простой, расширенный, расширенный с использованием математических символов. Поисковые системы.

Инструменты линейного поиска

Понятие «линейный поиск». Поисковые машины. Наиболее популярные поисковые системы в рунете. Традиционные и профессиональные языки запросов.

Построение связей в нелинейном поиске

Системы, позволяющие выбирать данные о связях между объектами. Сервисы «ФДО», «Коллеги?», «Связанные организации?». Инструмент анализа связей «Quenza».

Источники информации в сетевом пространстве

Источники информации в сети Интернет, их классификация. Нормативно-правовая база, регламентирующая сферу массовых коммуникаций. Закон о регистрации блогеров. Нарушения в медиапространстве.

Рабочее место интернет-журналиста

Виртуальное рабочее место. Закладки. Панели инструментов и их расположение на рабочем столе.

Требования к оборудованию рабочего места интернет-журналиста

Настольные издательские комплексы. Основные типы шрифтов. Схема компьютерного оборудования. Настольный компьютер. Настольное периферийное оборудование. Принтеры, их типы. Сканеры. Ноутбук с выходом в сеть Интернет. Цифровая камера. Диктофон.

Программное обеспечение для интернет-журналиста

Свободно распространяемое ПО. Операционная система семейства «Windows». Браузеры. Почтовые программы. Текстовые HTML-редакторы. Утилиты.

Параметры ПО у провайдера

Тип подключения. Скорость передачи данных и стабильность соединения. Наличие технической поддержки. Хостинг. Публичность хостера. Поддержка почты. Редактор DNS. Соответствие желаемым техническим параметрам сайта. Автоматическое резервное копирование. Скорость загрузки страниц. Доступность сайта. Возможность размещения других сайтов.

Особенности восприятия аудиовизуальной информации

Психологические особенности восприятия цвета. Символика цвета. Психофизиологическое воздействие цвета на человека. Оптическое воздействие цвета. Различимость цвета на фоне. Сочетаемость цветов. Психофизиологические особенности восприятия динамического изображения.

Особенности новостной фотографии на платформе мультимедиа

Новостная фотография как мультимедийный компонент. Обработка фотографии: кадрирование, выравнивание, улучшение цвета и яркости. ПО для обработки фотографий. Жанры фотографии: фотоленты, фоторепортажи, фотогалереи, слайд-шоу, панорамная фотография, интерактивная фотография.

Особенности социальной информации в мультимедийной журналистике

Понятие социальной информации. Социальная информация и ее свойства. Каналы передачи социальной информации. СМИ и учреждения досуга. Характеристики социальной информации. Функции социальной информации.

Интегрированные мультимедийные проекты в сфере интернет-журналистики

Понятие «интегрированный мультимедийный проект». Совместное ведение сайта. Обмен новостями. «Включения».

Блогеры и «классические журналисты» традиционных печатных СМИ: сходство и различие методов и способов профессиональной деятельности

Понятие «блогер». Понятие «журналист». Отличия СМИ и блога. Роли блогера и журналиста.

Страница доступа к данным (web-страница) и ее основные компоненты

Понятие «web-страница». Компоненты web-страницы: «шапка», Top-Line Branding, основная и вспомогательная система навигации, поиск, учетная запись и авторизация, навигация / меню, вкладки, выпадающие и древовидные меню, нижний колонтитул.

Интерактивность мультимедийной журналистики

Понятие «интерактивность». Виды интерактивности: человек и компьютер, компьютер и общество, человек – компьютер – общество. «Инструменты» интерактивности.

Организация обратной связи

Формы обратной связи PHP, в «Joomla», «WordPress», «jQuery».

Создание собственного сайта. Анализ созданного сайта

Создание сайтов: разработка дизайна, верстка, программирование. Безопасность сайта. Анализ созданного сайта.

Календарно-тематическое планирование занятий по интернет-журналистике
7 класс (70 ч., 2 ч. в неделю)

№	Тема урока	Кол-во часов
	Основы интернет-журналистики	**35**
1.	Профессиональная этика журналиста	1
2.	Мультимедийная журналистика, роль и место в СМИ, особенности функционирования	1
3.	Роль интернет-журналистики в общественно-политической жизни государства	1
4.	Интернет-журналистика: ее специфика и характерные черты	1
5.	Информационное общество: понятие и характеристика	1
6.	Информирование и коммуницирование	1
7.	Редакция интернет-издания	1
8.	Жанры в интернет-журналистике	1
9.	Правовые основы интернет-журналистики	1
10.	Текст как энциклопедия и как архив	1
11.	Интернет-лексика. Специфика новояза	1
12.	Психологические особенности веб-коммуникации	1
13.	Собственная публикация как источник информации	1
14.	Основные тенденции развития СМИ	1
15.	Процессы дигитализации в СМИ как фактор глобализации	1
16.	Профессиональный образ мультимедийной журналистики	1
17.	Особенности языка мультимедийной журналистики	1
18.	Формы организации работы мультимедийной редакции	1
19.	Понятие конвергенции СМИ. Основные характеристики, цели, уровни	1
20.	Проблемы этической и редакционной независимости в условиях конвергенции СМИ	1
21.	Влияние мультимедийной журналистики на характер выполнения журналистом своей работы	1
22.	Анализ характеристик деятельности профессиональных сетевых журналистов	1
23.	Уровень культурной компетенции пользователей и создателей новостей	1
24.	Психологические особенности веб-коммуникации как сообщения	1
25.	Потребитель как «активный» пользователь мультимедийного контента	1
26.	Социальная журналистика в мультимедийном формате. Особенности функционирования. Темы, проблематика, формы подачи медиатекста	1
27.	Трансформация вещательной модели взаимодействия журналиста и аудитории. Децентрализация и демонополизация СМИ	1
28.	Технология подборки и анализа тематических (проблемных) материалов, представленных в электронных СМИ. Анализ образцов	1
29.	Журналистские жанры текстов для интернет-сайтов	1
30.	Стили журналистских текстов для интернет-сайтов	1

31.	Алгоритмы написания новостной информации, репортажей, интервью	1
32.	Алгоритмы построения предложений, работы с заголовком, подзаголовком, преамбулой и другими элементами текстов для интернет-сайтов	1
33.	Основы работы с заголовком, подзаголовками	1
34.	Основы создания преамбулы текста для сайта	1
35.	Создание текста для школьного сайта. Анализ созданного текста	1
	Технология создания мультимедийного СМИ	**35**
36.	Журналистика в информационном обществе: краткая история Интернета	1
37.	Рекламные и рекламно-информационные интернет-издания	1
38.	Интернет и язык	1
39.	Веб-технологии журналистики	1
40.	Свойства веб-публикаций	1
41.	Виртуальная реальность и медиатехнологии	1
42.	Сайт как информационный организм	1
43.	Типы структур сайтов	1
44.	Типология веб-изданий, сайтов	1
45.	Обзор платформ для создания сайтов	1
46.	HTML – язык разметки гипертекста	1
47.	Понятие гипертекста, его классификация	1
48.	Логика юзабилити	1
49.	Структура гипертекста	1
50.	Контент гипертекста	1
51.	Гипертекст и мультимедиа как основа современного новостного сюжета	1
52.	Программные инструменты веб-издания	1
53.	Целевая аудитория и контент интернет-сайтов	1
54.	Инструменты поиска информации	1
55.	Инструменты линейного поиска	1
56.	Построение связей в нелинейном поиске	1
57.	Источники информации в сетевом пространстве	1
58.	Рабочее место интернет-журналиста	1
59.	Требования к оборудованию рабочего места интернет-журналиста	1
60.	Программное обеспечение для интернет-журналиста	1
61.	Параметры ПО у провайдера	1
62.	Особенности восприятия аудиовизуальной информации	1
63.	Особенности новостной фотографии на платформе мультимедиа	1
64.	Особенности социальной информации в мультимедийной журналистике	1
65.	Интегрированные мультимедийные проекты в сфере интернет-журналистики	1
66.	Блогеры и «классические журналисты» традиционных печатных СМИ: сходство и различие методов и способов профессиональной деятельности	1
67.	Страница доступа к данным (web-страница) и ее основные компоненты	1

68.	Интерактивность мультимедийной журналистики	1
69.	Организация обратной связи	1
70.	Создание собственного сайта. Анализ созданного сайта	1
	Итого	**70**